

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital yang terus berkembang, pengalaman pengguna (*User Experience/UX*) dan desain antarmuka pengguna (*User Interface/UI*) memegang peranan penting dalam menentukan daya saing aplikasi digital. Tanpa pendekatan *UI/UX* yang terencana, aplikasi berisiko tidak dapat memenuhi ekspektasi pengguna modern yang menginginkan kecepatan, kenyamanan, dan kejelasan dalam proses transaksi digital [1, 2]. Studi menunjukkan bahwa kualitas *UI/UX* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan loyalitas pengguna, termasuk pada platform besar seperti Tokopedia, di mana faktor desain visual dan kenyamanan interaksi dapat menentukan tingkat keterlibatan (*engagement*) maupun retensi (*retention*) pengguna [3].

Dalam konteks Indonesia, *e-commerce* dan *social commerce* berkembang pesat namun dengan pendekatan *UI/UX* yang berbeda. Tokopedia, sebagai platform *e-commerce* terbesar kedua di Indonesia, mencatat sekitar 39% pengguna *e-commerce* aktif dengan lebih dari 100 juta pengguna aktif bulanan [4]. Platform ini menekankan struktur navigasi yang terorganisir dan proses transaksi yang efisien. Sebaliknya, TikTok Shop memanfaatkan kekuatan *social commerce* melalui video pendek, *live shopping*, dan konten interaktif, yang telah mendorong transaksi hingga mencapai US\$6 miliar hanya dalam satu tahun di Indonesia, tumbuh tiga kali lebih cepat dibanding Tokopedia yang membutuhkan satu dekade untuk mencapai nilai serupa [5]. Selain itu, sekitar 32% pengguna TikTok Shop juga aktif berbelanja di Tokopedia, menunjukkan adanya perilaku multi-platform yang kompleks di kalangan konsumen [4].

Sayangnya, sebagian besar penelitian *UI/UX* yang ada masih fokus pada satu platform saja tanpa membandingkan secara mendalam bagaimana perbedaan elemen desain visual, seperti susunan komponen, animasi, warna, dan interaksi, memengaruhi persepsi kenyamanan pengguna. Padahal, elemen visual tersebut terbukti memengaruhi *perceived enjoyment*, kepercayaan, hingga loyalitas pengguna, terutama dalam konteks *social commerce* yang mengandalkan konten hiburan untuk menarik perhatian [6]. Tanpa adanya kajian komparatif yang sistematis dan berbasis visual, pengembang aplikasi akan kesulitan menentukan

strategi *UI/UX* yang paling efektif untuk menarik serta mempertahankan pengguna pada platform yang memiliki karakteristik dan ekspektasi berbeda.

Tokopedia dan TikTok Shop sering dibandingkan dari sisi performa bisnis, tetapi belum banyak diteliti secara mendalam dari sisi *UI/UX* berbasis pengamatan visual nyata. Tanpa pengamatan langsung terhadap *user journey* melalui *screenshot* atau rekaman antarmuka, analisis pengalaman pengguna berisiko terlalu abstrak dan tidak mencerminkan persepsi nyata pengguna. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan penelitian yang memanfaatkan representasi visual melalui *web survey*, untuk mengamati bagaimana pengguna menanggapi elemen-elemen *UI/UX* yang mereka lihat dan rasakan berdasarkan pengalaman mereka.

Pemilihan Tokopedia dan TikTok Shop dalam penelitian ini didasarkan pada perbedaan pendekatan yang mereka wakili, yaitu e-commerce konvensional dan social commerce berbasis konten hiburan. Meskipun Shopee merupakan pesaing besar Tokopedia, struktur *UI/UX*-nya cenderung serupa sebagai e-commerce tradisional, sementara kekuatan TikTok Shop terletak pada model social commerce yang mengandalkan video pendek dan interaksi live. Dengan demikian, penelitian ini berfokus untuk membandingkan lintas model, bukan sekadar antar merek populer, guna melihat pengaruh desain visual yang berbeda terhadap *engagement* dan *retention* pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu informatika dengan menganalisis pengaruh elemen *UI/UX* terhadap *engagement* dan *retention* pengguna melalui pendekatan kuantitatif. Survei dilakukan secara daring melalui *website* yang menampilkan *screenshots* dari kedua aplikasi (Tokopedia dan TikTok Shop), sehingga responden dapat memberikan penilaian terhadap pengalaman pengguna secara visual dan kontekstual. Hasil penelitian diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi praktis berbasis data yang disajikan dalam bentuk tabel, untuk memberikan gambaran perbaikan yang diperlukan pada masing-masing platform demi meningkatkan daya saing di pasar digital Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh elemen *UI/UX* pada aplikasi *e-commerce* Tokopedia terhadap *engagement* dan *retention* pengguna?

2. Bagaimana pengaruh elemen *UI/UX* pada aplikasi *social commerce* TikTok Shop terhadap *engagement* dan *retention* pengguna?
3. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan dalam persepsi pengguna terhadap *UI/UX* antara Tokopedia dan TikTok Shop?
4. Rekomendasi perbaikan *UI/UX* apa yang dapat disusun berdasarkan hasil temuan persepsi pengguna terhadap Tokopedia dan TikTok Shop?

1.3 Batasan Permasalahan

Agar penelitian ini lebih terfokus dan terarah, maka batasan masalah ditentukan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya membandingkan dua aplikasi mobile, yaitu Tokopedia sebagai perwakilan *e-commerce* dan TikTok Shop sebagai perwakilan *social commerce*.
2. Penelitian menggunakan metode kuantitatif berbasis *survey online* melalui *website* yang menampilkan *screenshots* tampilan aplikasi dari *user journey* masing-masing platform.
3. Elemen *UI/UX* yang dianalisis didasarkan pada *8 Golden Rules of Interface Design* secara tersirat dalam pertanyaan survei.
4. *Engagement* dan *retention* diukur berdasarkan persepsi pengguna terhadap tampilan dan interaksi dalam *screenshots* yang ditampilkan.
5. Responden adalah pengguna yang pernah menggunakan kedua aplikasi dalam tiga bulan terakhir.
6. Pengumpulan data dilakukan selama periode Juni–Juli 2025.
7. Tampilan aplikasi (*screenshots*) yang digunakan dalam survei diambil berdasarkan versi aplikasi per Juni 2025.
8. Studi ini berbasis data *single time*, sehingga belum menangkap perubahan perilaku pengguna dari waktu ke waktu.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh elemen *UI/UX* pada Tokopedia terhadap *engagement* dan *retention* pengguna.
2. Menganalisis pengaruh elemen *UI/UX* pada TikTok Shop terhadap *engagement* dan *retention* pengguna.
3. Membandingkan persepsi pengguna terhadap *UI/UX* antara Tokopedia dan TikTok Shop berdasarkan tanggapan terhadap *screenshots user journey*.
4. Menyusun rekomendasi berbasis temuan survei dalam bentuk tabel permasalahan dan saran perbaikan *UI/UX* pada Tokopedia dan TikTok Shop.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. **Secara Akademis:** Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu informatika, khususnya dalam bidang *Human-Computer Interaction (HCI)*, dengan pendekatan kuantitatif berbasis visual *UI/UX*.
2. **Secara Praktis:** Memberikan wawasan bagi pengembang aplikasi dan pelaku industri digital tentang pentingnya desain *UI/UX* dalam meningkatkan *engagement* dan *retention* pengguna.
3. **Bagi Peneliti Selanjutnya:** Menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *UI/UX* dalam konteks perbandingan antara *e-commerce* dan *social commerce*, khususnya dengan penggunaan data visual.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan laporan penelitian ini yang terdiri dari lima bab, yaitu:

- **Bab 1: Pendahuluan**

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bagian ini menjelaskan dasar pemikiran dan arah dari penelitian yang dilakukan.

- **Bab 2: Landasan Teori**

Bab ini berisi teori-teori yang relevan dengan penelitian, termasuk konsep *User Interface (UI)*, *User Experience (UX)*, *Human-Computer Interaction (HCI)*, *e-commerce*, *social commerce*, serta prinsip desain antarmuka seperti *8 Golden Rules*, heuristik Nielsen, dan teori keterlibatan serta retensi pengguna.

- **Bab 3: Metodologi Penelitian**

Bab ini menjelaskan pendekatan penelitian kuantitatif berbasis survei, metode pengumpulan data menggunakan *website* interaktif yang menampilkan *user journey*, kriteria responden, perancangan instrumen survei (Likert dan esai terbuka), serta metode analisis data. Termasuk pula pemetaan pertanyaan terhadap teori dan penggunaan perangkat lunak RStudio dalam pengolahan data statistik dan analisis tematik kualitatif.

- **Bab 4: Analisis dan Hasil**

Bab ini menyajikan klasifikasi pertanyaan berdasarkan teori, diikuti analisis statistik deskriptif terhadap persepsi pengguna terhadap elemen *UI/UX* di Tokopedia dan TikTok Shop. Hasil disajikan secara terstruktur melalui tabel, grafik, dan kode R, dengan pembahasan berbasis teori dan pembuktian melalui data kuantitatif dan kualitatif. Subbab terakhir menyajikan rangkuman hasil dan rekomendasi desain *UI/UX*.

- **Bab 5: Simpulan dan Saran**

Bab ini merangkum simpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan serta memberikan saran untuk pengembangan desain *UI/UX* dan arah penelitian lanjutan. Simpulan disusun berdasarkan sintesis temuan dari Bab 4, sedangkan saran dibagi menjadi tiga: untuk pengembang, peneliti selanjutnya, dan metodologi.