

## BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh elemen *UI/UX* terhadap *engagement* dan *retention* pengguna pada platform *e-commerce* Tokopedia dan *social commerce* TikTok Shop, serta menyusun rekomendasi perbaikan berbasis data survei visual. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Tokopedia menunjukkan keunggulan pada aspek stabilitas dan konsistensi *UI/UX*, termasuk kejelasan informasi produk, keamanan transaksi, serta navigasi yang efisien. Aspek-aspek ini mendukung tingkat *retention* pengguna yang lebih stabil dan merata.
2. TikTok Shop unggul pada aspek interaktivitas dan daya tarik visual, khususnya melalui fitur *live shopping*, yang mampu meningkatkan tingkat *engagement* pengguna. Namun, variasi pengalaman pengguna yang cukup tinggi menunjukkan bahwa *retention* pengguna belum sepenuhnya terbentuk secara stabil.
3. Perbandingan persepsi pengguna menunjukkan bahwa Tokopedia lebih unggul dalam hal struktural dan kepercayaan, sementara TikTok Shop unggul pada estetika visual dan pengalaman interaktif. Hal ini mencerminkan perbedaan pendekatan antara model *e-commerce* konvensional dan *social commerce*.
4. Berdasarkan hasil survei, telah disusun rekomendasi perbaikan *UI/UX* yang mencakup pengurangan gangguan visual seperti *popup*, penyegaran desain visual pada Tokopedia, peningkatan stabilitas fitur *live shopping*, serta penyederhanaan proses *checkout* dan peningkatan fitur filter di kedua platform.

Dengan demikian, penelitian ini berhasil menjawab seluruh tujuan yang telah dirumuskan pada Bab 1, sekaligus memberikan kontribusi praktis dan teoretis dalam bidang *UI/UX* dan *Human-Computer Interaction*.

Selain hasil survei persepsi pengguna, data pasar aktual juga mendukung temuan penelitian ini. Berdasarkan laporan GoodStats (2025), TikTok Shop mencatat Gross Merchandise Value (GMV) sebesar USD6,2 miliar di Indonesia pada tahun 2024, menjadikannya pasar terbesar kedua TikTok Shop secara global. Sementara itu, Tokopedia bersama platform e-commerce tradisional mendominasi pasar Indonesia dengan estimasi GMV sebesar USD56,6 miliar atau sekitar 44% dari total GMV Asia Tenggara menurut laporan TechNode Global (2025) [28, 29]. Data ini memperkuat temuan bahwa Tokopedia unggul dalam aspek kepercayaan, keamanan, dan retensi pengguna, sedangkan TikTok Shop menunjukkan kekuatan pada interaktivitas dan pertumbuhan cepat melalui model social commerce, meskipun masih menghadapi tantangan dalam membangun loyalitas pengguna jangka panjang.

| <b>Indikator</b>          | <b>TikTok Shop (Indonesia)</b> | <b>Tokopedia / E-commerce Tradisional</b> |
|---------------------------|--------------------------------|---|
| GMV 2024                  | USD 6,2 miliar                 | USD 56,6 miliar*                          |
| Market Share SEA          | 30% (social commerce)          | ±44% Indonesia dari total GMV SEA         |
| Pertumbuhan Tahunan (YoY) | Tinggi (110% global)           | Stabil (20–25%)                           |
| Kategori Populer          | Fashion, Beauty, Live Commerce | Elektronik, Kebutuhan Rumah, Finansial    |

Tabel 5.1. Perbandingan Kinerja Penjualan TikTok Shop dan Tokopedia (2024)

\*Estimasi berdasarkan laporan TechNode Global: pangsa pasar Indonesia ±44% dari total GMV Asia Tenggara USD 128,4 miliar.

Data perbandingan penjualan ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok Shop berhasil mencatatkan pertumbuhan yang sangat pesat melalui model social commerce dan fitur live commerce, Tokopedia tetap mendominasi pasar e-commerce Indonesia dalam hal nilai transaksi total dan cakupan kategori. Perbedaan ini menguatkan hasil analisis UX, di mana aspek stabilitas, kepercayaan, dan kemudahan navigasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan pengguna, sementara aspek interaktivitas dan visual menjadi pendorong utama engagement awal namun memerlukan penguatan untuk menciptakan loyalitas jangka panjang [28, 29].

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh, saran-saran berikut diajukan untuk pengembang platform, peneliti selanjutnya, dan perbaikan metodologis pada penelitian serupa.

### 5.2.1 Saran untuk Pengembang Platform

- TikTok Shop disarankan untuk meningkatkan konsistensi antarmuka, mengurangi elemen interaktif yang mengganggu seperti *popup*, serta memperkuat aspek kepercayaan pada fitur *live shopping* dengan menyediakan badge verifikasi, sistem ulasan real-time, dan kontrol interaktif seperti tombol mute atau hide chat.
- Tokopedia disarankan untuk menyegarkan desain visual agar lebih dinamis dan menarik, tanpa mengurangi kestabilan dan konsistensi antarmuka yang sudah berjalan baik.
- Kedua platform perlu memperbaiki fitur pencarian, *filter*, dan *sorting* produk agar lebih mudah digunakan, serta menyederhanakan proses *checkout* dengan menambahkan progress bar dan ringkasan transaksi.

### 5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

- Memperluas objek penelitian dengan memasukkan platform lain seperti Shopee, Lazada, atau Instagram Shop, agar pemahaman lintas platform menjadi lebih komprehensif.
- Menambahkan data observasional atau uji coba tugas nyata (*task-based usability testing*) untuk melihat kesenjangan antara persepsi pengguna dan perilaku aktual.
- Memperdalam analisis demografis untuk memahami variasi persepsi pengguna berdasarkan kelompok usia, tingkat pengalaman digital, atau kategori pengguna.

### 5.2.3 Saran Metodologis

- Memperluas distribusi survei melalui komunitas daring atau media sosial untuk meningkatkan keragaman sampel dan representativitas data.
- Memanfaatkan perangkat lunak analisis kualitatif seperti NVivo atau Atlas.ti untuk eksplorasi tema esai secara lebih mendalam dan sistematis.
- Mempertimbangkan penggunaan metode statistik non-parametrik atau regresi dengan *robust standard errors* pada penelitian mendatang, untuk mengatasi indikasi heteroskedastisitas ringan yang ditemukan dalam model analisis [23, 25]. Dengan demikian, hasil analisis menjadi lebih tahan terhadap pelanggaran asumsi, terutama pada data survei dengan variasi respons yang tinggi.

Dengan saran-saran tersebut, diharapkan pengembangan desain *UI/UX* pada platform digital dapat semakin berorientasi pada kebutuhan pengguna, berbasis pada bukti empiris, dan mendukung terciptanya pengalaman berinteraksi yang lebih nyaman, menarik, dan terpercaya.

