

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penggunaan teknologi digital dalam bidang ekonomi dan perdagangan menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Salah satu implikasi utamanya adalah hadirnya platform belanja daring yang memberikan kemudahan akses produk bagi konsumen. Marketplace digital mampu menggantikan aktivitas jual beli konvensional yang relatif memerlukan waktu lebih lama dengan proses transaksi yang lebih cepat, praktis, dan terintegrasi [1]. Di Indonesia, keberadaan platform seperti Tokopedia dan Shopee telah membentuk standar baru dalam aktivitas belanja daring, di mana konsumen menuntut kenyamanan, kecepatan, serta pengalaman pengguna (user experience/UX) yang memadai [2].

Sejalan dengan perkembangan tersebut, Pemerintah Kabupaten Sleman melalui Dinas Koperasi dan UMKM meluncurkan Sleman Mart, sebuah platform marketplace berbasis web yang bertujuan untuk mendukung digitalisasi pemasaran produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Inisiatif ini merupakan bagian dari penerapan konsep smart economy di tingkat daerah, dengan harapan dapat memperluas jangkauan pasar UMKM lokal sekaligus menyediakan akses belanja yang mudah bagi masyarakat [3]. Melalui Sleman Mart, pemerintah daerah berupaya mendorong pelaku UMKM agar mampu bersaing di era digital serta meningkatkan daya saing produk lokal.

Namun demikian, keberhasilan sebuah platform digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan produk dan kesiapan pelaku usaha, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan sistem. Pengalaman pengguna yang kurang baik, seperti navigasi yang membingungkan, alur penggunaan yang tidak efisien, atau tampilan antarmuka yang kurang menarik, berpotensi menurunkan minat pengguna untuk menggunakan kembali layanan tersebut. Dalam konteks marketplace, kondisi ini dapat menyebabkan pengguna beralih ke platform lain yang dianggap lebih nyaman dan mudah digunakan [4]. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas pengalaman pengguna menjadi

faktor penentu keberhasilan sebuah platform digital, termasuk pada marketplace berbasis web.

Penelitian yang dilakukan oleh Caraka Prabu (2022) menjadi rujukan penting dalam menilai sejauh mana implementasi Sleman Mart telah berjalan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sejak diluncurkan pada tahun 2020 hingga 2021, pelaksanaan Sleman Mart oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sleman telah berjalan cukup baik, meskipun belum sepenuhnya memenuhi seluruh indikator implementasi kebijakan menurut teori Merilee S. Grindle. Keterbatasan utama yang ditemukan meliputi aspek sarana, prasarana, dan sumber daya manusia, serta rendahnya tingkat sosialisasi kepada pelaku usaha dan masyarakat umum. Dampaknya, pemanfaatan platform belum optimal, sebagaimana terlihat dari peningkatan jumlah pengguna yang hanya naik dari 158 menjadi 162 pelaku usaha (kenaikan 2,53%) selama dua tahun [5].

Penelitian yang dipublikasikan oleh Ririn dan Arvin menjadi rujukan penting dalam mengevaluasi kualitas pengalaman pengguna pada platform Sleman Mart. Penelitian tersebut mengkaji aspek User Experience (UX) dan usability platform dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui kombinasi metode User Experience Questionnaire (UEQ) dan usability testing berbasis Maze. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat usability platform masih tergolong rendah, ditunjukkan oleh nilai Maze Usability Score (MAUS) sebesar 46% serta tingginya tingkat kesalahan klik dan alur navigasi yang kurang efisien. Selain itu, hasil benchmark UEQ memperlihatkan sebagian besar dimensi pengalaman pengguna berada pada kategori below average, bahkan aspek dependability termasuk dalam kategori bad. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa permasalahan usability dan kualitas UX berpotensi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya pemanfaatan platform, sehingga diperlukan perbaikan pada aspek navigasi, struktur antarmuka, serta kejelasan desain sistem [6].

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tujuan pengembangan Sleman Mart sebagai upaya digitalisasi UMKM daerah dengan kualitas pengalaman pengguna yang dirasakan saat ini. Apabila aspek usability dan UX tidak diperbaiki, maka potensi platform sebagai sarana penguatan ekonomi

digital daerah tidak akan tercapai secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi yang lebih mendalam terhadap pengalaman pengguna sebagai dasar perbaikan sistem. User Experience (UX) merupakan faktor penting dalam menentukan kualitas sistem digital karena mencerminkan persepsi, respons, serta tingkat kepuasan pengguna selama menggunakan aplikasi atau website. Untuk mengukur UX secara kuantitatif, digunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) yang mengevaluasi enam aspek utama, yaitu Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, dan Novelty [7]. Selain pengukuran persepsi subjektif, dilakukan usability testing berbasis Maze untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi penggunaan sistem berdasarkan keberhasilan penyelesaian tugas, waktu penyelesaian, tingkat kesalahan, serta pola interaksi pengguna selama pengujian [8]. Kombinasi antara UEQ dan Maze memungkinkan evaluasi dilakukan secara komprehensif, baik dari sisi persepsi maupun performa aktual pengguna.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan judul penelitian yang diangkat, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengalaman pengguna (*user experience*) pada platform Sleman Mart berdasarkan hasil evaluasi menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) dan maze testing ?
2. Seberapa besar tingkat penerimaan dan antusiasme pengguna terhadap platform Sleman Mart berdasarkan hasil pengukuran menggunakan metode UEQ dan Maze?
3. Bagaimana langkah-langkah penerapan metode User Experience Questionnaire (UEQ) dan usability testing berbasis Maze dalam mengevaluasi platform Sleman Mart?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini memiliki ruang lingkup yang jelas serta terarah sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, maka diperlukan pembatasan terhadap permasalahan yang dikaji. Batasan masalah ini bertujuan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas dan memastikan bahwa penelitian tetap fokus pada

evaluasi pengalaman pengguna pada platform Sleman Mart. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada evaluasi pengalaman pengguna (User Experience) pada platform marketplace berbasis web Sleman Mart.
2. Metode evaluasi yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi pada User Experience Questionnaire (UEQ) untuk mengukur persepsi pengguna dan usability testing berbasis Maze untuk mengukur kinerja penggunaan sistem.
3. Aspek pengalaman pengguna yang dianalisis dibatasi pada enam skala UEQ, yaitu Attractiveness, Perspicuity, Efficiency, Dependability, Stimulation, dan Novelty.
4. Usability testing menggunakan Maze pada penelitian ini dibatasi pada analisis metrik kuantitatif yang dihasilkan oleh sistem, yaitu Maze Usability Score (MAUS), Mission Usability Score (MIUS), tingkat keberhasilan penyelesaian tugas, tingkat kesalahan (misclick), dan waktu penyelesaian tugas.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan mengevaluasi pengalaman pengguna (User Experience) pada platform Sleman Mart berdasarkan hasil pengukuran menggunakan metode User Experience Questionnaire (UEQ) dan usability testing berbasis Maze.
2. Mengetahui tingkat penerimaan dan antusiasme pengguna terhadap platform Sleman Mart berdasarkan hasil pengukuran menggunakan metode UEQ dan Maze
3. Menjelaskan dan menerapkan langkah-langkah penggunaan metode User Experience Questionnaire (UEQ) dan usability testing berbasis Maze dalam proses evaluasi platform Sleman Mart.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan membawa dampak praktis dan teknis yang langsung terasa, khususnya bagi pengelola dan pengembang platform Sleman Mart. Manfaat yang dimaksud meliputi:

Manfaat bagi Peneliti

- a. Menambah pemahaman dan pengalaman dalam menerapkan metode evaluasi User Experience menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ) dan usability testing berbasis Maze.
- b. Melatih kemampuan analisis dalam mengidentifikasi permasalahan pengalaman pengguna pada platform digital berbasis web.
- c. Menjadi salah satu syarat penyelesaian Tugas Akhir pada Program Studi yang ditempuh.

1. Manfaat bagi Perusahaan

- a. Memberikan gambaran mengenai kualitas pengalaman pengguna pada platform Sleman Mart berdasarkan persepsi dan kinerja pengguna.
- b. Menjadi bahan evaluasi dalam mengidentifikasi permasalahan usability yang terdapat pada platform. Menyediakan rekomendasi perbaikan sebagai dasar peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pengguna.

2. Manfaat bagi Universitas

- a. Menambah referensi ilmiah terkait penelitian evaluasi pengalaman pengguna pada platform marketplace berbasis web.
- b. Menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa atau peneliti selanjutnya yang mengangkat topik serupa.
- c. Mendukung pengembangan keilmuan di bidang user experience dan usability dalam sistem informasi.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan tentang teori-teori pendukung dan konsep yang berkaitan dengan user experience, User Experience Questionnaire (UEQ), usability, usability testing, dan Maze yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai tahapan penelitian, metode yang digunakan, teknik pengumpulan data, penentuan responden, serta prosedur evaluasi user experience menggunakan UEQ dan usability testing berbasis Maze

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas hasil evaluasi pengalaman pengguna pada platform Sleman Mart berdasarkan pengujian UEQ dan Maze, serta analisis dan pembahasan dari hasil yang diperoleh.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran untuk perbaikan dan pengembangan platform Sleman Mart di masa mendatang.