

Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek dan Grab dengan Pendekatan *User Experience Questionnaire*

<http://dx.doi.org/10.28932/jutisi.v8i1.4499>

Riwayat Artikel

Received: 11 Februari 2022 | Final Revision: 09 Maret 2022 | Accepted: 09 Maret 2022

Diana Khuntari✉^{#1}

[#] Program studi Manajemen Informasi dan Komunikasi, Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta
Jl. Magelang Km. 6 Yogyakarta, Indonesia

¹diana@mmtc.ac.id

Abstract — Technological developments have an impact on the presence of Super Apps, such as: Gojek and Grab. The presence of these two applications has an effect on the lifestyle in society which is increasingly facilitated by various services that are presented in only one application. The Gojek and Grab applications have many similarities, including in terms of their use. These two applications are very popular and favoured by the community because they are practical and help various community activities, for example: food ordering services, delivery of goods, transportation, and non-cash payments. This study was conducted to determine whether there are differences in user experience with the application with case studies in people living in Yogyakarta. User experience measurement is carried out using the User Experience Questionnaire (UEQ) approach on attractive, perspicuity, efficiency, dependability, stimulation, and novelty variables. This study uses a comparative descriptive method with a quantitative approach. The results showed that all Gojek and Grab application user experience variables got positive values and there were no significant differences in all variables. However, based on the UEQ measurement, it is known that the Gojek application is superior to the Grab application in perspicuity and novelty variables. Meanwhile, the Grab application is superior to the Gojek application in terms of efficiency, dependability, and stimulation variables. To improve the user experience for the Gojek and Grab applications, it is necessary to improve the quality of the perspicuity and dependability variables.

Keywords— application; Gojek; Grab; user experience; User Experience Questionnaire (UEQ).

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet yang cukup pesat memunculkan adanya perubahan sosial masyarakat. Banyak bisnis penyedia jasa mulai hadir dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi tersebut, salah satunya adalah lahirnya aplikasi super (*super app*). *Super app* merupakan aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai macam transaksi melalui satu aplikasi [1]. Dalam pemenuhan kebutuhannya, masyarakat melakukan berbagai macam transaksi, seperti: membayar tagihan listrik dan air, membeli pulsa atau paket internet, membayar iuran kesehatan, menggunakan layanan transportasi, melakukan pemesanan makanan, dan lain sebagainya. Berbagai transaksi tersebut dilakukan oleh masyarakat dengan mendatangi tempat-tempat yang menyediakan layanan tersebut atau menggunakan berbagai aplikasi yang berbeda. Kehadiran *super app* yang menawarkan berbagai layanan dalam satu aplikasi mampu mengubah perilaku dan kebiasaan masyarakat. Dua aplikasi yang umum digunakan di Indonesia yang termasuk dalam kategori *super app*, yaitu aplikasi Gojek dan Grab.

Tingkat persaingan antara Gojek dan Grab juga semakin tinggi. Masing-masing aplikasi tersebut terus berupaya meningkatkan daya tarik dan loyalitas pelanggannya dengan terus melakukan inovasi dengan melakukan penambahan atau peningkatan kualitas layanan yang ditawarkan. Semenjak pandemi Covid-19, terjadi perubahan jumlah pengguna layanan Gojek dan Grab karena adanya kebijakan pemerintah mengenai pembatasan aktivitas di luar rumah. Jumlah pengguna layanan transportasi mengalami penurunan, sedangkan layanan pengiriman barang dan pesan-antar makanan mengalami peningkatan [2].

Terdapat beberapa hal yang mendasari pemilihan suatu aplikasi oleh pengguna, antara lain: kesesuaian fungsi, kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan, daya tarik antarmuka, kompatibilitas produk, dan lain sebagainya. Aplikasi Gojek dan Grab memiliki banyak kemiripan, seperti: fungsi, fitur, antarmuka, jenis layanan yang ditawarkan, dan lain sebagainya yang bersaing satu sama lain. Meskipun memiliki beberapa kesamaan, terdapat perbedaan jumlah pengguna

Gojek dan Grab. Berdasarkan data pada dailysocial.id [3] menunjukkan bahwa jumlah unduhan aplikasi Gojek sebanyak 170 juta, sedangkan aplikasi Grab sebanyak 187 juta.

Penelitian terdahulu terkait dengan *user experience* dilakukan oleh Khakim dan Sharif [4] untuk mengetahui pengalaman pengguna aplikasi Gojek dengan menggunakan *HEART Metrics* dengan sub variabel *Happiness*, *Engagement*, *Adoption*, *Retention*, dan *Task Success*. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa aplikasi Gojek berhasil menciptakan pengalaman yang baik bagi penggunanya. Penelitian serupa terkait dengan *user experience* yang dirasakan oleh generasi milenial dan Z terhadap aplikasi Gojek dilakukan oleh Abdillah [5] dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum pengalaman penggunanya sudah sangat baik karena semua kategori UEQ memiliki skor positif, hanya diperlukan peningkatan pada sisi kebaruan aplikasi. Penelitian terkait analisis aplikasi Gojek juga pernah dilakukan berdasarkan tingkat kegunaannya (*usability*) oleh Farouqi, Aknuranda, dan Herlambang [6]. Penelitian ini didasarkan pada adanya keluhan yang disampaikan oleh pengguna mengenai *usability* aplikasi Gojek dan menghasilkan kesimpulan bahwa aplikasi Gojek mudah dan cepat untuk digunakan dengan tingkat kesalahan sebesar 0,1 dan tingkat kepuasan terhadap aplikasi adalah sebesar 60-70%. Selanjutnya, Farnita [7] melakukan penelitian untuk mengetahui perbandingan pengalaman pengguna aplikasi Ho-Jak, Gojek dan aplikasi Grab. Pengukuran *user experience* dilakukan dengan menggunakan variabel *Happiness*, *Task Success*, *Earning*, dan *Uptime*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: nilai rata-rata *user experience* aplikasi Gojek lebih tinggi daripada nilai rata-rata aplikasi Ho-Jak dan Grab.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian ini akan dilakukan analisis terhadap aplikasi Gojek dan Grab dengan tujuan untuk mengidentifikasi apakah aplikasi Gojek dan Grab telah memberikan pengalaman pengguna yang baik, serta variabel *user experience* mana saja dari kedua aplikasi yang mendapatkan respon positif dari pengguna. Selain itu, untuk mengetahui adakah perbedaan pengalaman yang dirasakan oleh pengguna kedua aplikasi tersebut yang menyebabkan pengguna lebih memilih menggunakan salah satu aplikasi daripada aplikasi yang lain. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembang aplikasi Gojek atau Grab untuk meningkatkan kualitas aplikasi jika ternyata memiliki hasil *user experience* yang kurang memuaskan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan aplikasi-aplikasi yang sejenis untuk memastikan bahwa aplikasi yang dikembangkan memenuhi variabel *user experience*.

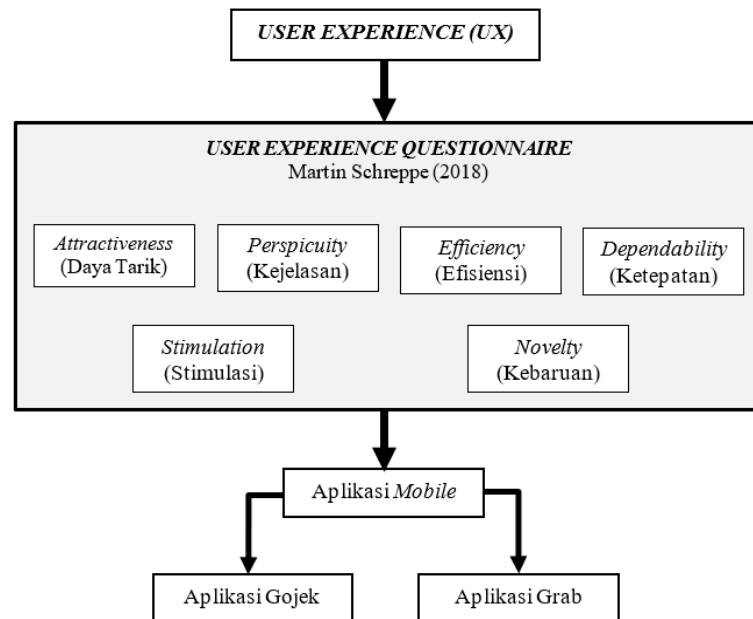
Analisis pengalaman pengguna (*user experience*) dilakukan dengan menggunakan pendekatan *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Pengalaman pengguna (*user experience*) merupakan pengalaman yang dirasakan seseorang ketika berinteraksi dengan suatu sistem, dan umumnya dilambangkan dengan beberapa bentuk interaksi antara manusia dengan komputer [8]. Terdapat 6 (enam) variabel yang akan digunakan sesuai dengan pendekatan *User Experience Questionnaire (UEQ)*, yaitu: *attractiveness* (daya tarik), *efficiency* (efisiensi), *perspicuity* (tingkat kejelasan), *dependability* (ketepatan), *stimulation* (stimulasi), dan *novelty* (kebaruan) [9].

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini diawali dengan observasi dan mengumpulkan data-data awal sehingga dapat diuraikan mengapa penelitian ini diperlukan. Berdasarkan data jumlah pengunduh aplikasi di Google Store, terdapat perbedaan jumlah pengguna yang mengunduh aplikasi Gojek dan Grab, sehingga penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui adakah perbedaan pengalaman pengguna (*user experience*) terhadap kedua aplikasi. Variabel yang digunakan untuk mengetahui pengalaman pengguna adalah variabel *user experience* yang diperkenalkan oleh Martin Schreppe [10], yang terdiri dari: *attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty*.

Tahap selanjutnya setelah penentuan variabel adalah menentukan metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono [11], metode statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sedangkan metode komparatif pada penelitian ini diarahkan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan dalam variabel yang diteliti antara kedua kelompok pengguna aplikasi Gojek dan Grab.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* kepada sejumlah responden yang merupakan pengguna aplikasi Gojek dan Grab. Subjek penelitian adalah pengguna aplikasi Gojek dan Grab di wilayah D.I. Yogyakarta. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis sehingga didapatkan kesimpulan terhadap hasil penelitian. Gambar 1 menunjukkan kerangka pikir pada penelitian ini.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran pengalaman pengguna Aplikasi Gojek dan Grab dilakukan dengan menggunakan pendekatan *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Responden diminta menjawab pertanyaan sebanyak 26 butir untuk masing-masing aplikasi. Sehingga total pertanyaan yang diisi oleh responden adalah sebanyak 52 butir. Jumlah responden yang mengisi kuesioner adalah 70 orang. Masing-masing pertanyaan memiliki skor penilaian antara 1 hingga 7. Untuk melakukan perhitungan dan analisis data, isian kuesioner dimasukkan terlebih dahulu ke dalam *UEQ Data Analysis Tools* yang diunduh dari *website* resmi UEQ.

A. Analisis Inconsistency Data

Proses analisis *inconsistency data* ini dilakukan untuk mendeteksi jawaban acak atau kurang serius terutama pada pengisian kuesioner yang dilakukan secara *online*. Analisis jawaban acak atau tidak serius dilakukan dengan menghitung perbedaan evaluasi terbaik dan terburuk untuk setiap item dalam skala. Semua item dalam skala harus mengukur aspek kualitas *user experience (UX)* yang serupa. Jika terdapat perbedaan yang cukup besar (>3), berarti data tersebut bermasalah. Hal ini dapat disebabkan oleh kesalahan respon acak atau kesalahpahaman terhadap suatu item. Disarankan untuk menghapus jawaban dari kumpulan data yang menunjukkan nilai 3 atau lebih tinggi.

Pada Gambar 2 terlihat bahwa terdapat nilai *inconsistency* sama dengan 3 atau >3 pada jawaban responden nomor 7, 9, 22, 41, 47, dan 53 untuk aplikasi Gojek serta jawaban responden nomor 66 dan 69 untuk aplikasi Grab sehingga data tersebut perlu untuk diabaikan atau dihapus. Setelah dilakukan penghapusan terhadap data yang memiliki nilai *inconsistency* “sama dengan” atau “lebih besar” dari 3, maka jumlah data menjadi 62.

B. Analisis Koefisien Cronbach Alpha

Proses ini dilakukan untuk mengukur konsistensi skala untuk semua item. Jika nilai koefisien *alpha* lebih tinggi atau sama dengan 0,7 maka skala menunjukkan konsistensi yang tinggi, yaitu semua item dalam skala mengukur aspek yang sama dan tidak mungkin salah satu item disalahartikan dalam konteks yang diberikan dan jika koefisien *alpha* memiliki nilai yang kecil, merupakan indikasi bahwa beberapa item dalam skala mungkin disalahartikan oleh responden [9]. Tidak ada aturan yang jelas yang menjelaskan seberapa besar koefisien *alpha* seharusnya. Beberapa aturan praktis menganggap nilai $> 0,6$ atau $> 0,7$ sebagai tingkat yang cukup [12]. Seperti yang terlihat pada Gambar 3, tidak ditemukan nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$ untuk aplikasi Gojek dan aplikasi Grab.

No	Scales with inconsistent answers (Aplikasi Gojek)							Scales with inconsistent answers (Aplikasi Grab)						
	Attractiveness	Perspicuity	Efficiency	Dependability	Stimulation	Novelty	Critical?	Attractiveness	Perspicuity	Efficiency	Dependability	Stimulation	Novelty	Critical?
1							0							0
2							0							0
3							0							0
4				1			1				1			1
5	1	1					2							0
6							0							0
7	1	1	1	1	1	1	6							0
8							0		1					1
9			1	1		1	3							0
10							0						1	1
11							0							0
12							0							0
13			1			1	2							0
14							0		1	1				2
15							0							0
16							0							0
17						1	1							0
18							0							0
19							0							0
20							0							0
21							0						1	1
22	1			1	1	1	4					1		1
23							0			1				1
24							0							0
25	1						1					1		1
26							0							0
27	1	1					2	1						1
28				1			1							0
29		1				1	2							0
30					1	1	2			1			1	2
31					1		1							0
32							0						1	1
33							0							0
34							0							0
35			1	1			2				1			1
36							0							0
37							0							0
38							0					1		1
39			1	1			2				1			1
40							0							0
41		1			1	1	3						1	1
42							0							0
43							0							0
44		1					1							0
45							0		1	1				2
46						1	1						1	1
47	1	1		1	1		4							0
48							0							0
49		1				1	2			1				1
50							0							0
51							0			1				1
52							0						1	1
53	1	1			1		3							0
54							0							0
55				1			1				1			1
56				1		1	2						1	1
57							0							0
58							0							0
59							0							0
60							0							0
61							0							0
62							0							0
63							0							0
64							0							0
65							0							0
66							0	1				1	1	3
67							0				1			1
68					1	1	2						1	1
69							0	1	1		1	1	1	5
70							0							0

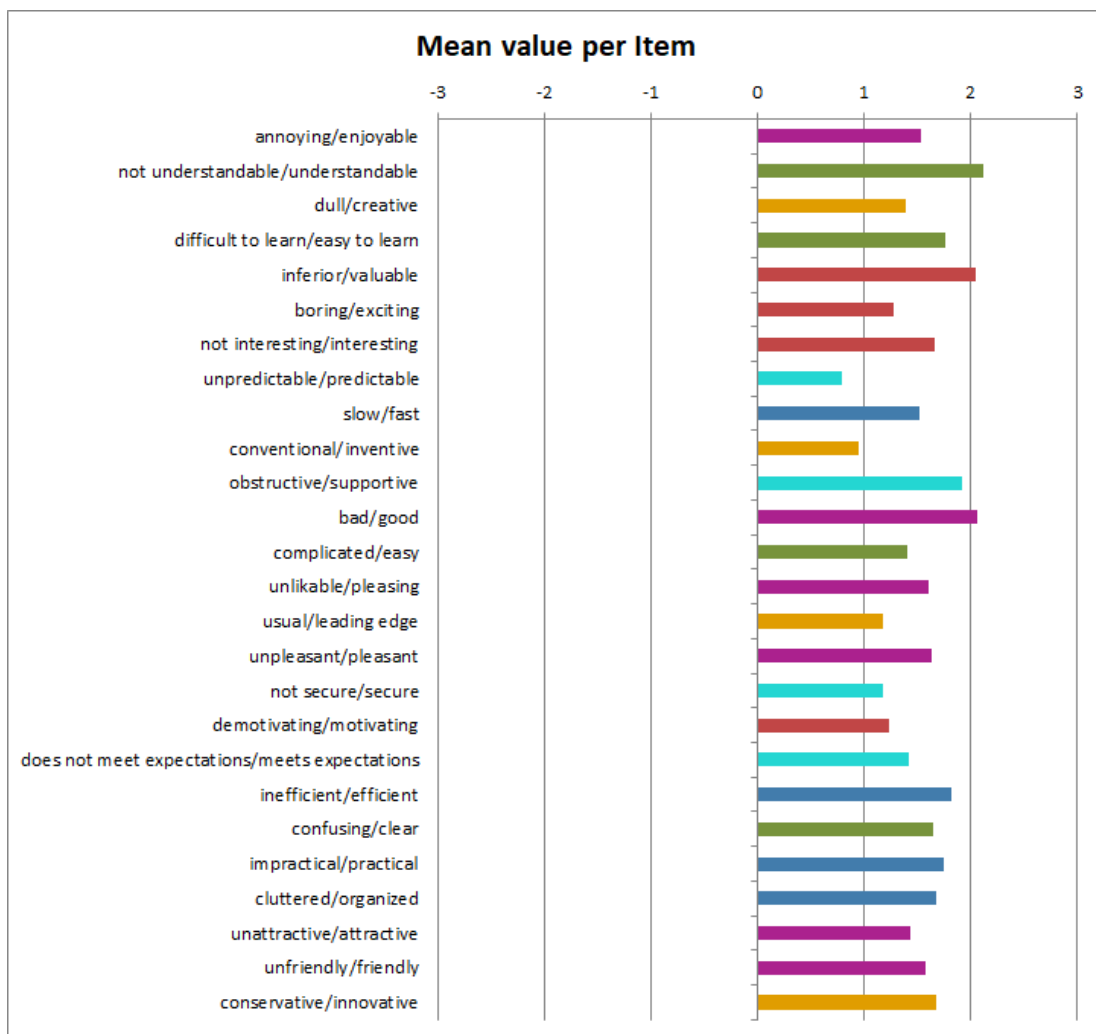
Gambar 2. Inconsistency Data

Scale	Cronbach Alpha-Coefficient	
	Aplikasi Gojek	Aplikasi Grab
Attractiveness	0,90	0,91
Perspicuity	0,75	0,88
Efficiency	0,74	0,77
Dependability	0,68	0,71
Stimulation	0,77	0,90
Novelty	0,61	0,78

Gambar 3. Nilai Koefisien Cronbach Alpha

C. Analisis Nilai UX Aplikasi Gojek

Setiap item memiliki skala UEQ antara -3 (mewakili jawaban paling negatif) hingga +3 (mewakili jawaban paling positif) dengan nilai 0 untuk mewakili jawaban netral. Skala UEQ untuk masing-masing item pada aplikasi Gojek memiliki nilai lebih dari +1 seperti yang terlihat pada Gambar 4.

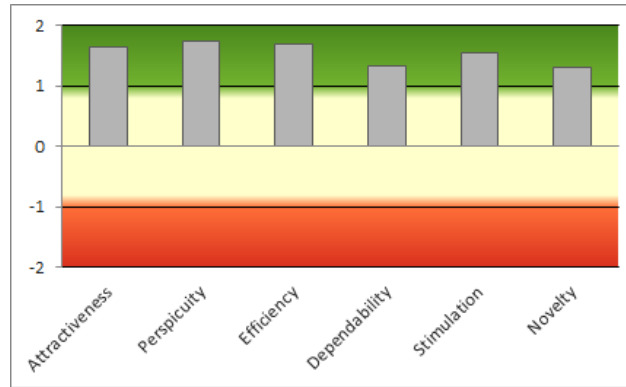


Gambar 4. Skala UEQ setiap item aplikasi Gojek

Sedangkan akumulasi skala UEQ untuk setiap variabel (*attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty*) pada aplikasi Gojek diperlihatkan oleh Gambar 5 dan Gambar 6.

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Attractiveness	↑ 1,640	0,77
Perspicuity	↑ 1,730	0,83
Efficiency	↑ 1,690	0,75
Dependability	↑ 1,327	0,60
Stimulation	↑ 1,552	0,83
Novelty	↑ 1,298	0,81

Gambar 5. Skala UEQ setiap variabel aplikasi Gojek

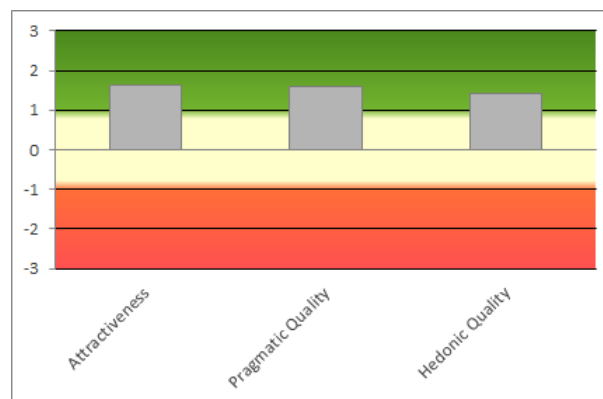


Gambar 6. Grafik skala UEQ setiap variabel aplikasi Gojek

Skala UEQ dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga), yaitu: *Attractiveness*, *Pragmatic Quality* (*Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*), dan *Hedonic Quality* (*Stimulation* dan *Originality*). *Pragmatic Quality* menggambarkan aspek kualitas terkait tugas aplikasi, sedangkan *Hedonic Quality* menggambarkan aspek kualitas yang tidak berhubungan dengan tugas-tugas aplikasi. Gambar 7 dan Gambar 8 menunjukkan bahwa skala UEQ aplikasi Gojek berdasarkan pengelompokan *Pragmatic* dan *Hedonic Quality* adalah $> +1$ yang berarti aplikasi Gojek mendapatkan penilaian yang positif dari pengguna.

Pragmatic and Hedonic Quality	
Attractiveness	1,64
Pragmatic Quality	1,58
Hedonic Quality	1,43

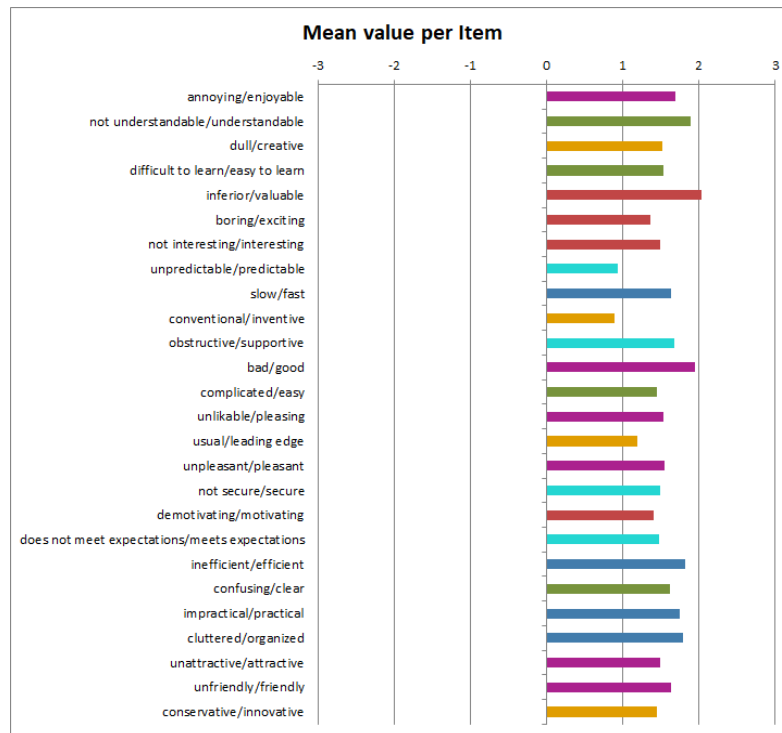
Gambar 7. Skala UEQ berdasarkan pengelompokan aplikasi Gojek



Gambar 8. Grafik skala UEQ setiap variabel aplikasi Gojek

D. Analisis Nilai UX Aplikasi Grab

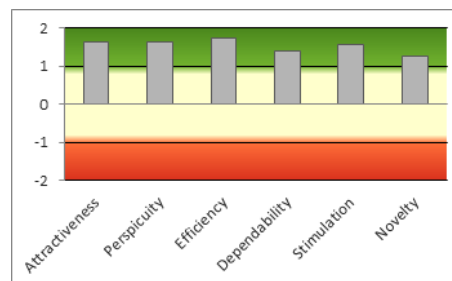
Skala UEQ untuk masing-masing item pada aplikasi Grab memiliki nilai lebih dari +1 seperti terlihat pada Gambar 9. Sedangkan akumulasi skala UEQ untuk setiap variabel (*attractiveness*, *perspicuity*, *efficiency*, *dependability*, *stimulation*, dan *novelty*) pada aplikasi Grab diperlihatkan oleh Gambar 10 dan Gambar 11.



Gambar 9. Skala UEQ setiap item aplikasi Grab

UEQ Scales (Mean and Variance)		
Attractiveness	1,640	0,90
Perspicuity	1,621	1,05
Efficiency	1,746	0,84
Dependability	1,391	0,73
Stimulation	1,569	1,14
Novelty	1,262	1,07

Gambar 10. Skala UEQ berdasarkan pengelompokan aplikasi Gojek

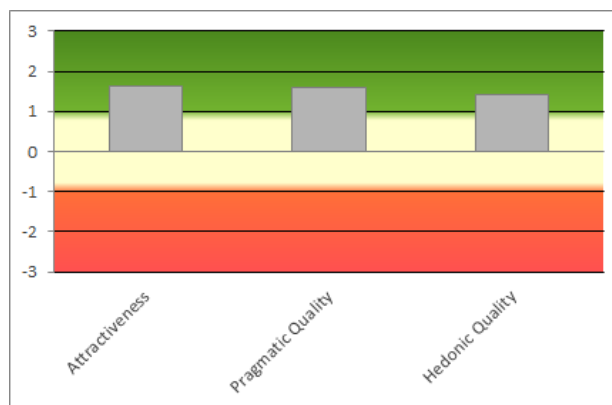


Gambar 11. Grafik skala UEQ setiap variabel aplikasi Grab

Gambar 12 dan Gambar 13 menunjukkan bahwa skala UEQ aplikasi Grab berdasarkan pengelompokan *Pragmatic* dan *Hedonic Quality* adalah $> +1$ yang berarti aplikasi Grab mendapatkan penilaian yang positif dari pengguna.

Pragmatic and Hedonic Quality	
Attractiveness	1,64
Pragmatic Quality	1,59
Hedonic Quality	1,42

Gambar 12. Skala UEQ berdasarkan pengelompokan aplikasi Grab



Gambar 13. Grafik berdasarkan pengelompokan skala UEQ aplikasi Grab

E. Hasil Analisis Uji T-Test

Berikut ini adalah hasil analisis uji *t-test* untuk mengukur perbedaan pengalaman pengguna yang dirasakan terhadap aplikasi Gojek dan aplikasi Grab. Uji ini dilakukan untuk memeriksa apakah rata-rata skala dari dua produk yang diukur berbeda secara signifikan. Berdasarkan data yang ditunjukkan oleh Gambar 14 diketahui bahwa untuk semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada keenam variabel UEQ.

Scale	Mean		Significant Result	
	Gojek	Grab		
Attractiveness	1,64	1,64	1,00	No Significant Difference
Perspicuity	1,73	1,62	0,53	No Significant Difference
Efficiency	1,69	1,75	0,73	No Significant Difference
Dependability	1,33	1,39	0,66	No Significant Difference
Stimulation	1,55	1,57	0,93	No Significant Difference
Novelty	1,30	1,26	0,83	No Significant Difference

Gambar 14. Skala UEQ berdasarkan pengelompokan aplikasi Grab

Aplikasi Gojek memiliki nilai UEQ lebih dari aplikasi Grab pada variabel *perspicuity* dan *novelty*, Sedangkan aplikasi Grab memiliki nilai UEQ lebih besar daripada aplikasi Gojek pada variabel *efficiency*, *dependability*, dan *novelty*.

F. Pembahasan

Menurut Schrepp, et.al [10], sangat sulit untuk mengetahui suatu produk telah memenuhi aspek kualitas atau belum jika hanya didasarkan pada pengukuran UEQ. Untuk memperjelas penafsiran skala UEQ, Schrepp [10] membuat sebuah tolok ukur (*benchmark*) untuk mengetahui kesimpulan tentang kualitas suatu produk yang dibandingkan dengan produk lain. Terdapat 5 (lima) kategori produk berdasarkan *benchmark UEQ*, yaitu:

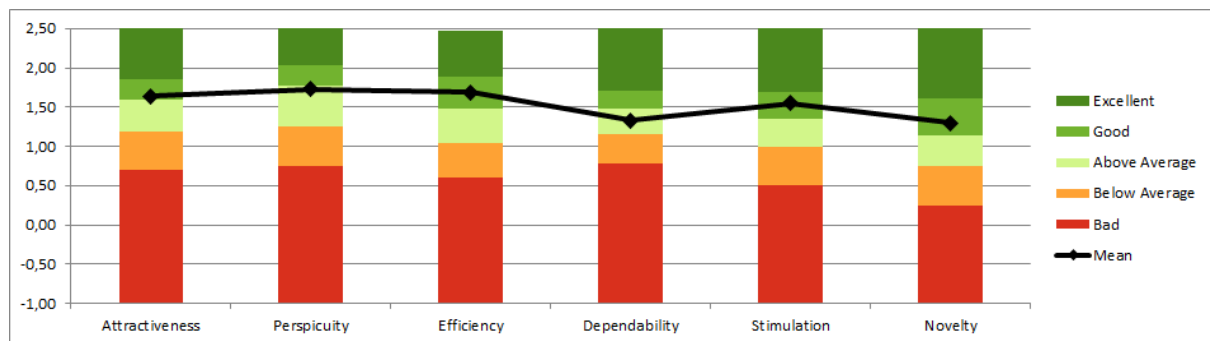
1. *Excellent*: yaitu jika aplikasi yang diukur termasuk dalam kisaran 10% produk yang memiliki skor tertinggi.

2. *Good*: yaitu jika terdapat 10% produk pada dataset yang memiliki skor lebih tinggi dan 75% produk yang memiliki skor lebih rendah daripada aplikasi yang diukur.
3. *Above average*: yaitu jika terdapat 25% produk pada dataset yang memiliki skor lebih tinggi dan 50% produk yang memiliki skor lebih rendah daripada aplikasi yang diukur.
4. *Below average*: yaitu jika terdapat 50% produk pada dataset yang memiliki skor lebih tinggi dan 25% produk yang memiliki skor lebih rendah daripada aplikasi yang diukur.
5. *Bad*: yaitu jika aplikasi yang diukur termasuk dalam kisaran 25% produk yang memiliki skor terendah.

Gambar 15 dan Gambar 17 menunjukkan nilai *benchmark* untuk aplikasi Gojek dan Grab. Sedangkan visualisasi data pada gambar nilai *benchmark* aplikasi Gojek dan Grab ditunjukkan melalui grafik pada Gambar 16 dan Gambar 18.

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Attractiveness	1,64	Good	10% of results better, 75% of results worse
Perspiciuity	1,73	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Efficiency	1,69	Good	10% of results better, 75% of results worse
Dependability	1,33	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Stimulation	1,55	Good	10% of results better, 75% of results worse
Novelty	1,30	Good	10% of results better, 75% of results worse

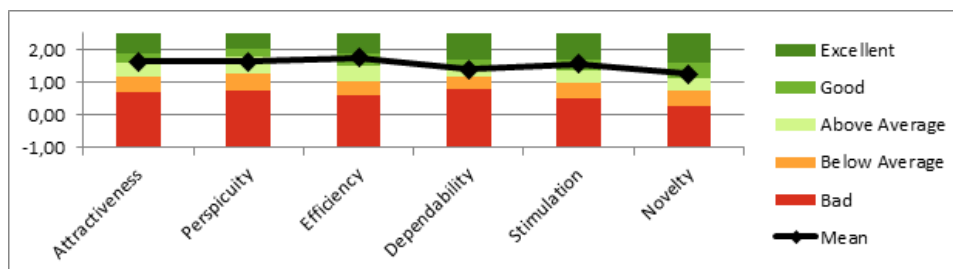
Gambar 15. Benchmark Skala UEQ Aplikasi Gojek



Gambar 16. Grafik *Benchmark* Skala UEQ Aplikasi Gojek

Scale	Mean	Comparisson to benchmark	Interpretation
Attractiveness	1,64	Good	10% of results better, 75% of results worse
Perspiciuity	1,62	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Efficiency	1,75	Good	10% of results better, 75% of results worse
Dependability	1,39	Above Average	25% of results better, 50% of results worse
Stimulation	1,57	Good	10% of results better, 75% of results worse
Novelty	1,26	Good	10% of results better, 75% of results worse

Gambar 17. Benchmark Skala UEQ Aplikasi Grab

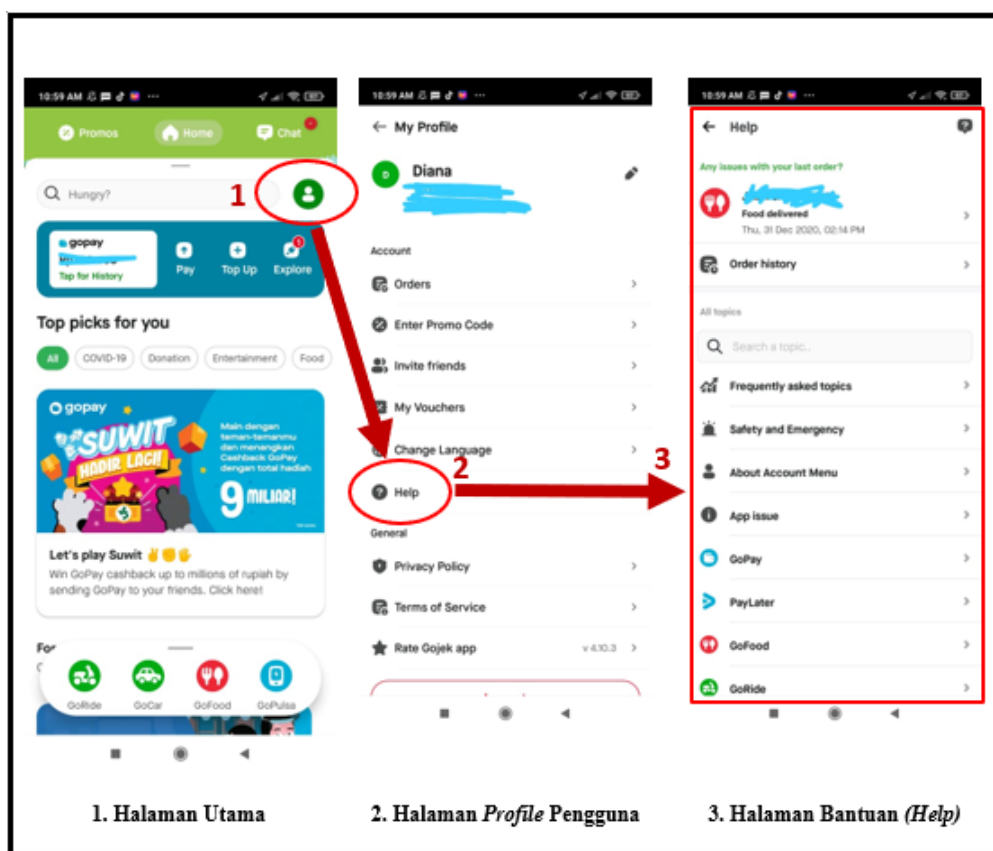


Gambar 18. Grafik *Benchmark* Skala UEQ Aplikasi Grab

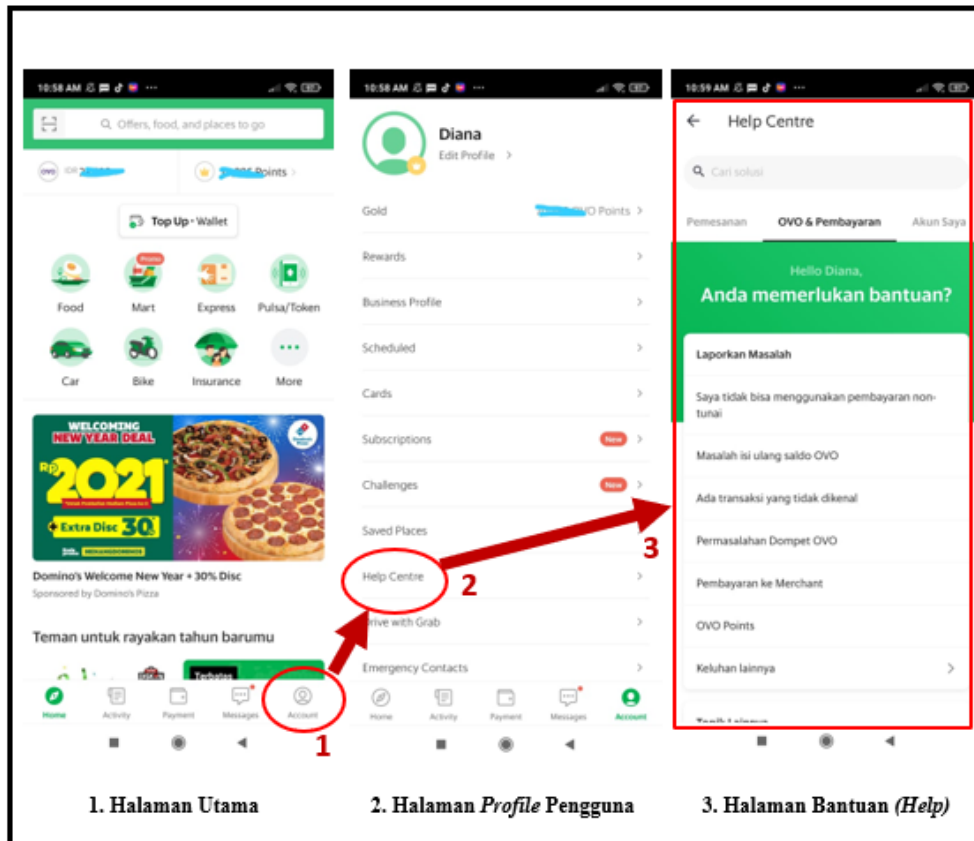
Berikut ini merupakan penjelasan masing-masing variabel *user experience* untuk kedua aplikasi berdasarkan data pada Gambar 15, Gambar 16, Gambar 17, dan Gambar 18.

1) *Attractiveness* aplikasi Gojek dan Grab: Nilai *attractiveness* yang dirasakan oleh pengguna aplikasi Gojek dan Grab adalah “Good”. Hal ini berarti bahwa kualitas produk dalam hal daya tarik aplikasi terhadap pengguna sudah bagus sehingga pengguna tertarik dan memiliki kesan yang bagus saat menggunakan aplikasi Gojek dan Grab.

2) *Perspicuity* aplikasi Gojek dan Grab: Nilai *perspicuity* yang dirasakan oleh pengguna aplikasi Gojek dan aplikasi Grab adalah “Above Average”. Hal ini berarti bahwa tingkat kejelasan dan kemudahan penggunaan produk sudah cukup bagus akan tetapi masih dibutuhkan peningkatan dalam hal kejelasan dan kemudahan penggunaan produk. Beberapa faktor yang mempengaruhi kejelasan dan kemudahan penggunaan suatu aplikasi adalah penggunaan bahasa yang jelas, antarmuka yang sederhana dan tidak membingungkan, serta penyediaan fasilitas “Panduan Penggunaan” atau “User Guide”. Bahasa yang digunakan oleh aplikasi Gojek dan Grab serta tampilan menu pada antarmuka kedua aplikasi sudah cukup jelas. Aplikasi Gojek dan Grab juga telah menyediakan fasilitas *User Guide* yang berupa fitur “bantuan” atau “help”, namun letaknya sedikit tersembunyi sehingga tidak dapat segera ditemukan oleh pengguna saat menggunakan aplikasi, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 19 dan Gambar 20.



Gambar 2. Tampilan menu “bantuan” atau “help” pada antarmuka aplikasi Gojek



Gambar 20. Tampilan menu “bantuan” atau “help” pada antarmuka aplikasi Grab

Saat pengguna membutuhkan bantuan dalam penggunaan aplikasi, pengguna terlebih dahulu melakukan beberapa tahap/proses sehingga hal tersebut sedikit menyulitkan pengguna. Saran yang terkait dengan kejelasan produk adalah dengan menampilkan menu “bantuan” atau “help” pada halaman depan (*home*) aplikasi Gojek dan Grab.

3) *Efficiency aplikasi Gojek dan Grab*: Nilai *efficiency* yang dirasakan oleh pengguna aplikasi Gojek dan Grab adalah “Good”. Hal ini berarti bahwa kualitas produk dalam hal efisiensi adalah bagus sehingga pengguna sudah puas dengan efisiensi dan kecepatan pemrosesan transaksi yang dilakukan oleh aplikasi Gojek dan Grab.

4) *Dependability aplikasi Gojek dan Grab*: Nilai *dependability* yang dirasakan oleh pengguna aplikasi Gojek dan aplikasi Grab adalah “Above Average”. Hal ini berarti bahwa tingkat ketepatan produk sudah cukup bagus akan tetapi masih dibutuhkan peningkatan. Pada aplikasi Gojek dan Grab, ketepatan produk dapat dilihat pada nilai perhitungan biaya transaksi, penentuan titik penjemputan dan pengantaran (penumpang maupun pesanan), status ketersediaan pesanan (Gofood, Grabfood, GrabMart, GoShop, dan lain sebagainya), status waktu operasional *merchant*, dan lain sebagainya. Beberapa masalah yang terjadi terkait dengan ketepatan, yaitu: ketidaksesuaian titik antar/jemput, ketidaksesuaian status ketersediaan pesanan, dan ketidaksesuaian waktu operasional *merchant*. Permasalahan ketidaksesuaian titik antar/jemput yang ditampilkan oleh aplikasi dapat diatasi dengan memperbaiki/meng-update *map* (peta) yang tertanam pada aplikasi. Sedangkan ketidaksesuaian status pesanan atau waktu operasional *merchant* bukan merupakan kekurangan dari aplikasi dan hal ini dapat diatasi dengan adanya pembaruan (*update*) status yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha.

5) *Stimulation aplikasi Gojek dan Grab*: Nilai *stimulation* yang dirasakan oleh pengguna aplikasi Gojek dan aplikasi Grab adalah “Good”. Hal ini berarti bahwa kedua aplikasi mampu memberikan kesenangan dan dapat memotivasi pengguna untuk terus menggunakan aplikasi dalam memenuhi kebutuhan dalam bertransaksi

6) *Dependability aplikasi Gojek dan Grab*: Nilai *novelty* yang dirasakan oleh pengguna aplikasi Gojek dan aplikasi Grab adalah “Good”. Hal ini berarti bahwa kedua aplikasi memiliki tampilan yang inovatif dan kreatif sehingga dapat menarik pengguna untuk menggunakan aplikasi.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu: 1). Semua variabel *user experience* aplikasi Gojek di D.I Yogyakarta mendapatkan nilai positif dengan nilai tertinggi yaitu terdapat pada variabel *perspicuity* (kejelasan) sedangkan nilai terendah yaitu pada variabel *novelty* (kebaruan); 2). Semua variabel *user experience* aplikasi Grab di D.I Yogyakarta mendapatkan nilai positif dengan nilai tertinggi yaitu terdapat pada variabel *efficiency* (efisiensi) sedangkan nilai terendah yaitu pada variabel *novelty* (kebaruan); 3). Hasil uji *t-test* terhadap *user experience* aplikasi Gojek dan Grab di D.I Yogyakarta menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan untuk semua variabel; 4). Aplikasi Gojek memiliki nilai *user experience* sedikit lebih besar daripada aplikasi Grab pada variabel *perspicuity* (kejelasan) dan *novelty* (kebaruan). Sedangkan aplikasi Grab memiliki nilai *user experience* lebih besar daripada aplikasi Gojek pada variabel *efficiency* (efisiensi), *dependability* (kejelasan), dan *stimulation* (stimulasi); 5). Terdapat 2 (dua) variabel *user experience* aplikasi Gojek dan Grab yang masih membutuhkan peningkatan kualitas, yaitu pada variabel *perspicuity* (kejelasan) dan *dependability* (kejelasan).

Berikut ini adalah beberapa saran yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, yaitu: 1). Untuk mendapatkan hasil *user experience* aplikasi yang mewakili suatu populasi, maka perlu untuk menambahkan lebih banyak responden dari berbagai macam kriteria (usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, domisili, pekerjaan, dan lain sebagainya); 2). Perlu mengkombinasikan metode *User Experience Questionnaire (UEQ)* ini dengan beberapa metode pengukuran *user experience* yang lain untuk mendapatkan hasil pengukuran yang lebih akurat; 3). Untuk pengumpulan data melalui kuesioner yang dilakukan secara *online*, maka perlu untuk menambahkan keterangan pada item kuesioner dan menyediakan petunjuk pengisian yang lebih jelas karena beberapa responden kesulitan dalam memahami pernyataan yang diajukan dan cara menjawab kuesioner; 4). Bagi penelitian terkait pengembangan aplikasi, setelah memastikan aplikasi secara fungsional berjalan baik maka perlu melakukan pengujian *user experience* dengan melibatkan sejumlah responden untuk memastikan bahwa aplikasi dapat diterima dengan baik oleh pengguna.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada STMM Yogyakarta dan para responden yang telah mendukung kelancaran pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Franedy. (2019). Bukan Grab atau Go-Jek, Ini Super App Pertama di Dunia. [Online]. Tersedia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/201903-27185446-37-63295/bukan-grab-atau-go-jek-ini-super-app-pertama-di-dunia>.
- [2] D. Setyowati. (2020). Strategi Gojek dan Grab Antisipasi Skenario Terburuk Pandemi Corona. [Online]. Tersedia: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5ec633687c873/strategi-gojek-dan-grab-antisipasi-skenario-terburuk-pandemi-corona> (accessed Feb. 02, 2022).
- [3] R. Eka. (2022). Supper App News: Still on Gojek vs Grab. [Online]. Tersedia: <https://dailysocial.id/post/supper-app-news-still-on-gojek-vs-grab>.
- [4] M. L. Khakim and O. O. Sharif. (2018). "Analisis User Experience Aplikasi Go-Jek Menggunakan Heart Metrics," *e-Proceeding Manag.*, vol. 5, no. 1, pp. 189–194, 2018, [Online]. Available: <https://core.ac.uk/download/pdf/299921306.pdf>.
- [5] L. A. Abdillah, "Analisis Aplikasi Mobile Transportasi Online Menggunakan User Experience Questionnaire pada Era Milenial dan Z," *J. Sist. Inf. Bisnis*, vol. 9, no. 2, p. 204, 2019.
- [6] M. I. Farouqi, I. Aknuranda, and A. D. Herlambang, "Evaluasi Usability pada Aplikasi Go-Jek Dengan Menggunakan Metode Pengujian Usability," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 9, pp. 3110–3117, 2018, [Online]. Tersedia: <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/download/2396/947/>.
- [7] I. Farnita, "Layanan Mobile Ho-Jak, Go-Jek dan Grab Terhadap Perbandingan Pengalaman Pengguna (Studi Pada Konsumen PT. Ho-Jak Indonesia, PT. Aplikasi Anak Bangsa dan PT. Grab Indonesia)," *J. Ekon. dan Manaj. Teknol.*, vol. 1, no. 2, pp. 97–106, 2017.
- [8] S. Hill and P. Bradshaw, *Mobile-First Journalism: Producing News for Social and Interactive Media*. United Kingdom: Taylor & Francis, 2018.
- [9] M. Rauschenberger, M. Schrepp, M. Perez-Cota, S. Olschner, and J. Thomaschewski, "Efficient Measurement of the User Experience of Interactive Products. How to use the User Experience Questionnaire (UEQ). Example: Spanish Language Version," *Int. J. Interact. Multimed. Artif. Intell.*, vol. 2, no. 1, p. 39, 2013.
- [10] M. Schrepp, A. Hinderks, and J. Thomaschewski, "Construction of a Benchmark for the User Experience Questionnaire (UEQ)," *Int. J. Interact. Multimed. Artif. Intell.*, vol. 4, no. 4, p. 40, 2017.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Alfabeta, 2018.
- [12] M. Schrepp. (2019). User Experience Questionnaire Handbook Version 8. [Online]. Tersedia: <https://www.ueq-online.org/Material/Handbook.pdf>