

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terkait

Penelitian ini menyertakan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai analisis *User experience* dengan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ).

Penelitian yang dilakukan oleh Dina Khuntari berjudul “*Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Gojek dan Grab dengan Pendekatan User Experience Questionnaire*” bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengalaman pengguna aplikasi Maxim Mobile dengan menggunakan metode UEQ. Penelitian ini menilai enam dimensi utama pengalaman pengguna, yaitu *Attractiveness*, *Perspicuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*, guna mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai kepuasan dan kenyamanan pengguna saat menggunakan aplikasi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Maxim Mobile memperoleh nilai positif pada sebagian besar dimensi UEQ, khususnya dalam aspek kemudahan penggunaan dan daya tarik antarmuka. Namun, masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, seperti stimulasi dan kebaruan fitur agar aplikasi menjadi lebih menarik dan inovatif bagi pengguna. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang akan dilakukan karena menggunakan metode UEQ yang sama dan berfokus pada aplikasi ojek online Maxim, sehingga dapat menjadi referensi penting dalam menganalisis pengalaman pengguna Diari di wilayah Toraja.[7]

Kemudian penelitian oleh Adli dengan judul “*Evaluasi User Experience Pada Pengguna Aplikasi Maxim Indonesia Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)*” yang bertujuan untuk mengevaluasi pengalaman pengguna aplikasi Maxim Indonesia menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ). Penelitian ini melibatkan pengumpulan data dari responden aktif pengguna Maxim dan mengevaluasi enam dimensi utama UEQ: *Attractiveness* (daya tarik secara keseluruhan), *Perspicuity* (kemudahan memahami penggunaan), *Efficiency* (efisiensi penggunaan), *Dependability* (keandalan), *Stimulation* (kesan menyenangkan), dan *Novelty* (unsur kebaruan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi Maxim dinilai baik dalam hal kemudahan penggunaan, tampilan antarmuka, dan efisiensi layanan. Namun, dimensi *Stimulation* dan *Novelty* masih mendapatkan skor rendah, yang mengindikasikan bahwa pengguna kurang merasa tertarik atau terkesan dengan pembaruan dan inovasi fitur aplikasi. Temuan ini memberikan masukan penting untuk pengembangan aplikasi, khususnya pada aspek interaksi emosional dan inovasi desain. Penelitian ini sangat relevan dengan studi yang akan Anda lakukan karena sama-sama menggunakan metode UEQ dan mengevaluasi aplikasi ojek online. Penelitian ini relevan dengan studi ini karena menggunakan metode UEQ untuk mengevaluasi pengalaman pengguna aplikasi ojek online, dan dapat menjadi referensi dalam menganalisis aplikasi aplikasi lokal seperti Draiv di Tana Toraja.[5]

Penelitian yang dilakukan oleh Saputri dengan judul “*Analisis Perbandingan User Experience pada Aplikasi Gojek dan Maxim Terhadap Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri Menggunakan Metode User Experience Questionnaire*” yang bertujuan

untuk menganalisis dan membandingkan pengalaman pengguna aplikasi Gojek dan Maxim di kalangan mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri (UIGM) menggunakan *metode User Experience Questionnaire (UEQ)*. Evaluasi dilakukan berdasarkan enam dimensi utama, yaitu *Attractiveness*, *Perspiciuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gojek memperoleh skor positif pada lima dimensi dan netral pada satu dimensi, sementara Maxim menunjukkan hasil yang lebih bervariasi, tergantung pada persepsi pengguna terhadap fitur dan kemudahan penggunaan. Penelitian ini relevan sebagai referensi karena menggunakan metode yang sama dan fokus pada aplikasi ojek online, meskipun konteks wilayah dan objek pengguna berbeda. Penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang bagaimana pengguna menilai layanan serupa dalam situasi yang berbeda pada aplikasi lokal Draiv di Toraja.[8]

Penelitian yang dilakukan Permana dengan judul “*Evaluasi User Experience pada Aplikasi Maxim Mobile Menggunakan User Experience Questionnaire (UEQ)*” yang bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna aplikasi Maxim Ojek dan Transportasi serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei menggunakan kuesioner UEQ yang mencakup enam dimensi: *Attractiveness*, *Perspiciuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*. Subjek penelitian adalah mahasiswa pengguna aplikasi Maxim di Pekanbaru dengan rentang usia 20–23 tahun. Karena populasi pengguna tidak diketahui, penentuan sampel menggunakan rumus *Lemeshow*, dan data dikumpulkan dari 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna

memberikan nilai positif untuk sebagian besar variabel, seperti daya tarik (1,34), kejelasan (1,18), efisiensi (0,97), dan ketepatan (1,19). Namun, variabel kebaruan menerima skor yang lebih rendah dengan nilai 0,43, yang menunjukkan bahwa pengguna menganggap aplikasi kurang inovatif dan kurang memberikan pengalaman menyenangkan yang baru. Diperlukan perbaikan pada aspek kebaruan dan akurasi lokasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna aplikasi Maxim. Studi ini memberikan wawasan tentang kepuasan pengguna dan menawarkan ide untuk mengoptimalkan aplikasi. Penelitian ini relevan dengan studi ini karena menggunakan metode UEQ dan fokus pada aplikasi Maxim, sehingga dapat menjadi referensi dalam menganalisis pengalaman pengguna aplikasi lokal seperti Draiv di wilayah Toraja.[9]

Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Novansyah dengan judul *“Perbandingan Analisis Kegunaan pada Aplikasi Ojek Online Maxim dan Gojek Menggunakan Metode User Experience Questionnaire (UEQ)”* yang bertujuan untuk membandingkan kualitas kegunaan antara aplikasi Maxim dan Gojek di Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode UEQ yang mencakup enam dimensi: *Attractiveness*, *Perspiciuity*, *Efficiency*, *Dependability*, *Stimulation*, dan *Novelty*. Data dikumpulkan melalui survei terhadap 30 responden pengguna aktif kedua aplikasi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna aplikasi Maxim sering mengalami kesulitan dalam menentukan titik penjemputan yang akurat dan waktu pencarian lokasi pengguna yang lama. Sementara itu, pengguna Gojek mengeluhkan proses pembatalan order yang lambat dan sering kali tidak dapat dibatalkan. Penelitian ini relevan dengan studi ini karena menggunakan

metode UEQ untuk mengevaluasi pengalaman pengguna aplikasi ojek online, dan dapat menjadi referensi dalam menganalisis aplikasi lokal seperti Draiv di Tana Toraja.[10]

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *User Experience* (UX)

User Experience (UX) merupakan keseluruhan persepsi dan tanggapan pengguna saat berinteraksi dengan produk, sistem, atau layanan. Menurut *ISO 9241-210*, UX melibatkan aspek kognitif, emosional, dan sensorik yang muncul sebelum, selama, dan setelah penggunaan suatu sistem. UX mencakup berbagai faktor seperti kemudahan penggunaan, efisiensi, keindahan visual, serta kepuasan secara keseluruhan.

Dalam konteks aplikasi *mobile*, UX tidak hanya terbatas pada antarmuka pengguna (UI), tetapi juga mencakup aspek-aspek seperti kecepatan respon aplikasi, navigasi, kenyamanan dalam interaksi, dan keandalan fungsi. UX yang baik akan membuat pengguna merasa puas, nyaman, dan kemungkinan besar akan terus menggunakan aplikasi tersebut di masa mendatang. Sebaliknya, UX yang buruk dapat menyebabkan frustrasi pengguna dan penurunan loyalitas.[11]

Komponen UX juga sering kali dibagi dalam tujuh tingkatan menurut teori Peter Morville's *UX Honeycomb*, yaitu:

1. *Useful* (bermanfaat): Produk harus memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan pengguna.
2. *Usable* (mudah): Produk harus mudah digunakan.

3. *Desirable* (menarik): Tampilan dan interaksi harus menarik dan menyenangkan.
4. *Findable* (terdeteksi): Informasi harus mudah ditemukan.
5. *Accessible* (terjangkau): Produk dapat digunakan oleh semua kalangan termasuk penyandang disabilitas.
6. *Credible* (terpercaya): Produk dapat dipercaya.
7. *Valuable* (bernilai): Produk memberikan nilai bagi pengguna dan bisnis.

Dalam penelitian ini, user experience menjadi aspek utama yang dianalisis dari aplikasi Draiv, dengan menggunakan metode *User Experience Questionnaire* (UEQ) untuk menghasilkan pemetaan UX yang komprehensif.[3]

2.2.2 User Experience Questionnaire (UEQ)

User Experience Questionnaire (UEQ) adalah metode evaluasi yang digunakan untuk mengukur kualitas pengalaman pengguna (*user experience*) terhadap suatu produk interaktif, terutama aplikasi perangkat lunak dan situs *web*. UEQ dikembangkan oleh Martin Schrepp dan timnya dengan tujuan menyediakan alat ukur yang cepat, valid, dan komprehensif untuk menganalisis persepsi pengguna terhadap suatu sistem.

User Experience Questionnaire (UEQ) terdiri dari 26 item pernyataan bipolar, yaitu pasangan kata dengan makna berlawanan (contoh: “menyenangkan – menyusahkan”, “efisien – tidak efisien”), yang disusun dalam bentuk skala semantik diferensial 7 poin. Skor diberikan dari 1 hingga 7, di mana skor lebih

tinggi menunjukkan persepsi yang lebih positif terhadap aspek tertentu dari sistem atau aplikasi.[4]

Berikut ini adalah gambar tabel tampilan asli dari kuesioner UEQ:

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	dapat dipahami	2
kreatif	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	monoton	3
mudah dipelajari	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	sulit dipelajari	4
bermanfaat	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	kurang bermanfaat	5
membosankan	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	mengasyikkan	6
tidak menarik	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	menarik	7
tak dapat diprediksi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	dapat diprediksi	8
cepat	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	lambat	9
berdaya cipta	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	konvensional	10
menghalangi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	mendukung	11
baik	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	buruk	12
rumit	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	sederhana	13
tidak disukai	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	menggembirakan	14
lazim	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	terdepan	15
tidak nyaman	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	nyaman	16
aman	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	tidak aman	17
memotivasi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	efisien	20
jelas	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	membingungkan	21
tidak praktis	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	praktis	22
terorganisasi	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	berantakan	23
atraktif	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	tidak atraktif	24
ramah pengguna	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	tidak ramah pengguna	25
konservatif	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	inovatif	26

Gambar 2. 1 Tampilan Kuesioner UEQ

Gambar di atas menampilkan seluruh item dalam kuesioner UEQ. Setiap pasangan kata diklasifikasikan ke dalam enam dimensi utama evaluasi UX:

1. *Attractiveness* (menarik)

Mencerminkan kesan umum pengguna terhadap produk secara keseluruhan, baik dalam hal penilaian positif maupun negatif. Contoh item: menyenangkan – menyusahkan, menarik – tidak menarik.

2. *Perspicuity* (mudah)

Mengukur seberapa mudah aplikasi dipahami dan dipelajari oleh pengguna baru. Contoh item: mudah dipelajari – sulit dipelajari, dapat dipahami – tak dapat dipahami.

3. *Efficiency* (cepat)

Efficiency mengukur seberapa cepat dan mudah pengguna dapat menyelesaikan tugas atau tujuan mereka menggunakan aplikasi. Dimensi ini menilai apakah aplikasi membantu pengguna untuk bekerja dengan lancar tanpa hambatan yang tidak perlu. Contoh item : efisien-tidak efisien.

4. *Dependability* (terpercaya)

Menilai seberapa dapat dipercaya sistem dan seberapa banyak kontrol yang dimiliki pengguna atas interaksi. Contoh item: dapat diprediksi – tak dapat diprediksi, mendukung – menghalangi.

5. *Stimulation* (menyenangkan)

Menunjukkan tingkat motivasi dan semangat pengguna ketika menggunakan aplikasi. Contoh item: memotivasi – tidak memotivasi, menggembirakan – tidak disukai.

6. *Novelty* (inovatif)

Mengukur aspek inovatif dan daya tarik aplikasi yang bersifat baru atau tidak biasa. Contoh *item*: inovatif – konservatif, konvensional – berdaya cipta.

Setiap dimensi tersebut memberikan informasi yang penting dalam menilai kualitas pengalaman pengguna, dan hasil dari pengukuran UEQ dapat digunakan

untuk menganalisis aplikasi yang sejenis, seperti dalam penelitian ini yang menganalisis aplikasi ojek online *Draiv* di wilayah Toraja.[4]

Metode UEQ dipilih karena memiliki kelebihan dalam kecepatan pengisian, kemudahan analisis, serta telah terbukti valid dan reliabel dalam berbagai penelitian UX sebelumnya.

UEQ sangat cocok digunakan dalam penelitian ini karena dapat mengevaluasi pengalaman pengguna aplikasi transportasi online seperti *Draiv* secara kuantitatif dan objektif, serta mengidentifikasi aspek UX yang perlu ditingkatkan.

2.2.3 Aplikasi Ojek Online

Aplikasi ojek online merupakan inovasi dalam sistem transportasi berbasis digital yang memungkinkan pengguna untuk memesan layanan transportasi secara instan melalui perangkat *mobile*. Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur seperti pemesanan kendaraan, estimasi tarif, pelacakan posisi pengemudi secara real-time, dan sistem pembayaran digital.[12]

Di Indonesia, aplikasi ojek online berkembang pesat seiring dengan tingginya kebutuhan masyarakat akan layanan transportasi yang cepat, mudah, dan terjangkau. Selain aplikasi nasional seperti Gojek dan Grab, kini mulai bermunculan aplikasi lokal yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan transportasi masyarakat daerah, seperti *Draiv* di Tana Toraja. Aplikasi ini menjadi alternatif masyarakat lokal yang ingin menggunakan layanan transportasi dengan harga kompetitif dan jangkauan area yang sesuai dengan kebutuhan lokal.[13]

Kehadiran aplikasi *Draiv* memungkinkan pengguna untuk memilih layanan berdasarkan preferensi pengalaman pengguna (UX), biaya, kecepatan layanan, dan

fitur yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi user experience aplikasi Draiv guna meningkatkan kepuasan pengguna dan keberlanjutan layanan di wilayah Toraja.[14]

2.2.3.1 Draiv

Draiv adalah aplikasi transportasi online karya anak bangsa yang berasal dari Sulawesi Tengah dan kini hadir di beberapa daerah di Indonesia, termasuk Tana Toraja dan Toraja Utara. Aplikasi ini menyediakan layanan seperti ojek online (*DraivBike*), mobil online (*DraivCar*), pengantaran makanan (*DraivFood*), dan pengiriman barang (*DraivSend*). Selain itu, Draiv juga memiliki fitur pembelian pulsa, pembayaran PPOB, dan sedekah online, sehingga menjadikannya aplikasi multifungsi untuk kebutuhan harian masyarakat. Antarmukanya dirancang agar ramah pengguna, dengan tampilan yang sederhana namun informatif sehingga mudah digunakan oleh semua kalangan.[2]

Kehadiran Draiv memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian lokal. Hingga kini, lebih dari 1.000 pengemudi dan 1.100 pelaku usaha kuliner telah bergabung sebagai mitra Draiv di Toraja, dengan omzet bulanan rata-rata mencapai 1,6 miliar rupiah. Untuk menjaga kepercayaan masyarakat, Draiv menerapkan sistem pembinaan bagi mitra pengemudi, komunikasi rutin, serta penanganan aduan secara langsung. Strategi tersebut menjadikan Draiv sebagai aplikasi transportasi lokal yang mampu bersaing dengan pemain nasional seperti Maxim, Gojek, dan Grab, terutama dalam hal kedekatan layanan dan pemahaman terhadap kebutuhan masyarakat setempat.[15]

2.3 Populasi dan Sampel

2.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi ojek online di wilayah Tana Toraja. Populasi mencakup masyarakat yang pernah menggunakan layanan ojek online untuk berbagai kebutuhan seperti transportasi, pengantaran makanan, maupun pengiriman barang. Populasi ini bersifat heterogen karena terdiri dari berbagai latar belakang usia, pekerjaan, dan tingkat pendidikan.

Populasi penelitian tidak dibatasi secara spesifik pada kelompok tertentu, namun difokuskan pada pengguna yang memiliki pengalaman dalam menggunakan aplikasi ojek online sehingga mampu memberikan penilaian terhadap pengalaman penggunaan aplikasi.

2.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Pernah menggunakan aplikasi ojek online
2. Menggunakan aplikasi ojek online lebih dari satu kali
3. Bersedia mengisi kuesioner penelitian

Penggunaan purposive sampling dipilih agar responden yang terlibat benar-benar memiliki pengalaman dalam menggunakan aplikasi, sehingga dapat memberikan penilaian yang akurat terhadap user experience.

Penentuan target jumlah sampel mengacu pada pedoman penggunaan *User Experience Questionnaire (UEQ)*. Menurut Martin Schrepp dalam *User Experience Questionnaire Handbook*, penelitian menggunakan UEQ memerlukan jumlah responden minimal tertentu agar hasil evaluasi stabil dan reliabel. Semakin banyak jumlah responden, maka data yang diperoleh akan semakin representatif dalam menggambarkan pengalaman pengguna.

Berdasarkan pedoman tersebut, penelitian ini menetapkan target jumlah responden yang melampaui batas minimal rekomendasi UEQ agar hasil penelitian memiliki tingkat keandalan yang baik. Selain itu, penetapan target sampel juga mempertimbangkan kemungkinan adanya data yang tidak valid atau tidak lengkap selama proses pengumpulan data.

Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini diharapkan mampu mewakili populasi pengguna aplikasi ojek online di Tana Toraja serta memberikan gambaran yang akurat mengenai pengalaman pengguna.

2.4 Kerangka Pikir

Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini seperti pada gambar berikut:



Gambar 2. 2 Kerangka Pikir