

## Comparative Analysis Of UI/UX On Shopee, Lazada And Bukalapak Applications Using The Heuristic Evaluation Method

### Analisis Perbandingan UI/UX Pada Aplikasi Shopee, Lazada Dan Bukalapak Menggunakan Metode Heuristic Evaluation

Yuniarti Lestari<sup>1</sup>, Maliska Dewi Agustin<sup>2</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sistem Informasi, Fakultas Sains, Teknologi dan Kesehatan Universitas Muhammadiyah Brebes, Jl. Pangeran Diponegoro No. 184, Grengseng, Taraban, Kec. Paguyangan, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah, 52276  
Email: <sup>1</sup>[yuniarti.lestari@ums.ac.id](mailto:yuniarti.lestari@ums.ac.id), <sup>2</sup>[maliskadewiagustin@gmail.com](mailto:maliskadewiagustin@gmail.com)

### Abstract

E-commerce users in Indonesia have many platform options, such as Shopee, Lazada, and Bukalapak. A comparison of the interface design of these three platforms is needed to determine its impact on user loyalty. The purpose of this study is to conduct a comparative analysis of the UI/UX design of Shopee, Lazada, and Bukalapak applications using the Heuristic Evaluation approach. This study involved 100 respondents who were evaluated using the Heuristic Evaluation Method with manual and digital questionnaire distribution. The research stages include problem identification, observation, interface measurement, and analysis of results and conclusions based on 10 Heuristic Evaluation principles. Shopee excels with the highest scores in Learnability (76%), Efficiency (72%), Memorability (70%), and Satisfaction (70%). Meanwhile, Bukalapak ranks lowest among the three applications with scores on Efficiency (66%) and Satisfaction (66%). Bukalapak needs to improve the quality of its interface to enhance user ability and satisfaction. Overall, the three applications need to continuously improve their interface design to enhance user experience and meet good usability standards.

**Keywords:** e-commerce, heuristic evaluation, usability, interface design, user experience.

### Abstrak

Pengguna *e-commerce* di Indonesia memiliki banyak pilihan *platform* seperti Shopee, Lazada, dan Bukalapak. Perbandingan desain antarmuka ketiga *platform* perlu dilakukan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas pengguna. Tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis komparatif desain *UI/UX* aplikasi Shopee, Lazada, dan Bukalapak menggunakan pendekatan *Heuristic Evaluation*. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang dievaluasi menggunakan Metode *Heuristic Evaluation* dengan penyebaran kuesioner manual dan digital. Tahapan penelitian meliputi identifikasi masalah, observasi, pengukuran antarmuka, hingga analisis hasil dan kesimpulan berdasarkan 10 prinsip *Heuristic Evaluation*. Shopee unggul dengan skor tertinggi pada aspek *Learnability* (76%), *Efficiency* (72%), *Memorability* (70%), dan *Satisfaction* (70%). Sementara itu, Bukalapak menempati posisi terendah dari ketiga aplikasi dengan skor pada aspek *Efficiency* (66%) dan *Satisfaction* (66%). Bukalapak perlu meningkatkan kualitas antarmukanya untuk meningkatkan kemampuan pengguna dan kepuasan pengguna. Secara keseluruhan, ketiga aplikasi perlu terus memperbaiki desain antarmuka untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memenuhi standar *usability* yang baik.

**Kata Kunci:** *e-commerce, heuristic evaluation, usability, desain antarmuka, pengalaman pengguna.*

### 1. PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah perilaku konsumen dalam berbelanja *online* di Indonesia, sehingga mempengaruhi preferensi dan keputusan pembelian mereka secara signifikan [1]. *E-commerce* telah menjadi fenomena yang umum dalam era digital, memungkinkan penjual dan pembeli

untuk melakukan transaksi secara *online* melalui *platform* digital yang memfasilitasi interaksi antara keduanya [2].

Menurut Aziza, Rifda. F. A & Hidayat, Y.T. (2019), tampilan dan interaksi *website (user interface)* sangat berpengaruh terhadap minat pengunjung, pengunjung *website* menggunakan antarmuka ini untuk berinteraksi dengan *website* [3]. *User Experience (UX)* dirancang untuk memaksimalkan kepuasan pengguna dengan menciptakan interaksi yang intuitif, efisien, dan menyenangkan antara pengguna dan produk digital [4]. Hassenzahl (2010) mengatakan bahwa Pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan keterlibatan, kepuasan, persepsi merek positif, dan tingkat konversi yang lebih tinggi [5]. Faktor-faktor diatas menunjukkan perlunya analisa untuk memahami dinamika antarmuka pengguna dalam aplikasi *e-commerce* yang paling banyak diminati di Indonesia.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk melakukan analisis pada penelitian ini yaitu *Heuristic evaluation*. Metode ini memungkinkan identifikasi masalah *usability* dengan cepat, sehingga pengembang dapat melakukan perbaikan dan penyesuaian yang tepat waktu untuk meningkatkan kualitas dan fungsionalitas aplikasi sesuai kebutuhan pengguna [6]. Evaluasi heuristik menawarkan kelebihan seperti umpan balik cepat, biaya rendah, dan fleksibilitas untuk digunakan bersama metode lain, sehingga memungkinkan evaluasi yang efektif dan efisien dalam pengembangan aplikasi atau sistem digital [7].

Selain evaluasi heuristik, metode lain seperti *A/B testing* dapat digunakan, namun memiliki kekurangan seperti sensitivitas, ukuran efek, heterogenitas, efek jangka panjang, penghentian opsional, interferensi, dan keterbatasan akses data, sehingga memerlukan perencanaan dan pelaksanaan yang hati-hati untuk hasil yang akurat [8]. Metode lain seperti *End User Computing Satisfaction (EUCS)* memiliki beberapa kekurangan, seperti keterbatasan variabel, subjektivitas pengguna, ketergantungan pada persepsi pengguna, dan keterbatasan dalam mengukur kualitas sistem secara objektif, sehingga hasil evaluasi perlu diinterpretasikan dengan hati-hati [9]. Berdasarkan analisis, metode *Heuristic Evaluation* dapat digunakan untuk menganalisis desain antarmuka Shopee, Lazada, dan Bukalapak, sehingga desain yang tepat dapat meningkatkan kenyamanan, konversi, dan loyalitas pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan membandingkan elemen desain *User Interface (UI)* aplikasi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan masing-masing. Penelitian ini akan membandingkan elemen-elemen sesuai dengan prinsip-prinsip heuristik.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *Heuristic Evaluation* untuk menganalisis antarmuka pengguna dan mengidentifikasi masalah kegunaan berdasarkan prinsip kegunaan yang telah ditetapkan. Menurut P. Krisnayani dkk. (2016), *Heuristic Evaluation* adalah metode evaluasi kegunaan untuk mendeteksi masalah *usability* dalam desain antarmuka pengguna [10]. Evaluasi *usability* dalam penelitian ini menggunakan kerangka kerja 10 prinsip heuristik Jakob Nielsen sebagai standar evaluasi *usability* yang dimana prinsip-prinsip ini bersifat umum dan dapat diterapkan pada berbagai jenis antarmuka, termasuk aplikasi *mobile*, untuk memastikan pengalaman pengguna yang optimal [11].

Evaluasi aplikasi melibatkan pengguna untuk menilai *usability* melalui beberapa aspek, yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *errors handling*, dan *satisfaction*. Penelitian ini dilakukan melalui tahap observasi, pengukuran antarmuka, pengolahan data, dan analisis hasil untuk memastikan hasil yang akurat dan dapat diandalkan. Sampel diambil dari 100 responden menggunakan teknik *Simple Random Sampling* melalui kuesioner *online* dan manual. Berikut adalah rangkaian penelitian yang akan dilakukan.



Gambar 1 Rangkaian Penelitian

Skala yang digunakan adalah Skala Likert 5 point dengan ketentuan sebagai berikut [12].

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Peneliti mengolah data dengan menerapkan metode *usability* dan menggunakan *Severity Rating (SR)* untuk menganalisis tingkat keparahan masalah *usability* pada aplikasi. Berikut adalah tabel skala *severity rating* digunakan untuk mengukur tingkat keparahan masalah *usability* dengan tingkatan dari 0 hingga 4 [6].

Tabel 1 Skala Severity Rating

Nilai rata-rata	Skala
0,0 – 0,4	0
0,5 – 1,4	1
1,5 – 2,4	2
2,5 – 3,4	3
3,5 – 4,0	4

*Severity rating* diukur dengan skala 0-4 untuk menentukan tingkat keparahan masalah *usability*. Berikut adalah persamaan yang digunakan untuk menghitung nilai *severity rating* [6].

$$SR = \frac{\sum A}{n}$$

Keterangan:

SR = Hasil *severity rating*

$\sum A$  = Jumlah skor sub-parameter *usability*

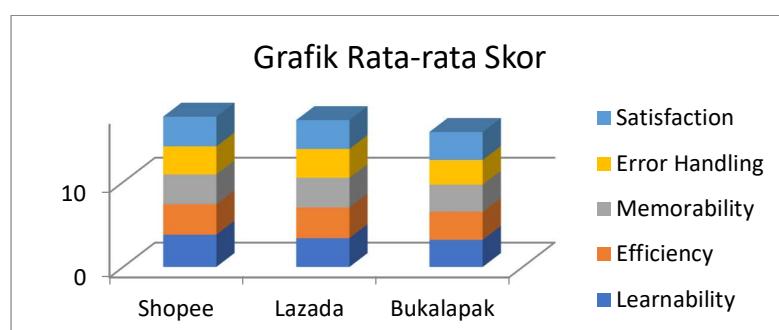
n = Jumlah sub-parameter *usability*

Analisis hasil penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi masalah, mengkategorikan temuan, memberikan prioritas, dan memberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan hasil evaluasi.

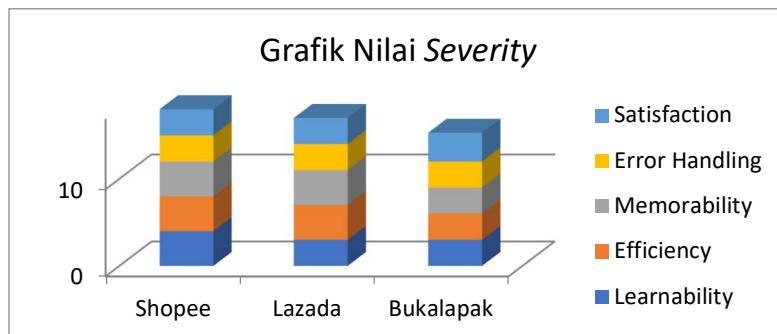
### 3. HASIL PENELITIAN

Shopee unggul dalam Learnability dengan skor rata-rata 3,8 dan nilai severity 4 menunjukkan kemampuan aplikasi yang efektif dalam memandu pengguna baru. Shopee juga unggul dalam Efficiency dengan skor rata-rata 3,6 dan nilai severity 4 menandakan kemampuan aplikasi yang baik dalam mendukung efisiensi pengguna. Untuk Memorability, Shopee dan Lazada memiliki skor rata-rata 3,5 dan nilai severity 4. Lazada unggul dalam Errors Handling dengan skor rata-rata 3,4 dan nilai severity 3. Shopee unggul dalam Satisfaction dengan skor rata-rata 3,5 dan nilai severity 4.

Analisis hasil dari penelitian yang telah dilakukan akan disajikan dalam grafik berikut di bawah ini yang mencakup grafik rata-rata skor dan grafik nilai *severity*.



Gambar 2 Grafik Rata-rata Skor



Gambar 3 Grafik Nilai Severity

#### 4. PEMBAHASAN

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan Shopee, Lazada, dan Bukalapak berdasarkan prinsip *Heuristic Evaluation*. Hasilnya, Shopee unggul dalam aspek seperti penggunaan kata-kata dan ikon yang mudah dipahami serta navigasi yang baik. Sementara itu, ketiga *platform* menunjukkan konsistensi dalam desain tombol dan menu. Hasil observasi ini memberikan gambaran tentang kekuatan dan kelemahan masing-masing *platform* untuk perbaikan *UI/UX* di masa depan.

Pengukuran antarmuka dilakukan melalui kuesioner manual dan *Google Form* kepada 100 responden, dengan fokus pada aspek *UI/UX* berdasarkan 10 prinsip *Heuristic Evaluation* yang kemudian akan dijadikan pertanyaan mengenai ketiga aplikasi *e-commerce*: Shopee, Lazada, dan Bukalapak. Adapun pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk mengukur *usability* aplikasi *e-commerce* Shopee, Lazada, dan Bukalapak berdasarkan prinsip *Heuristic Evaluation* terdapat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2 Daftar Pertanyaan

No.	Prinsip <i>Heuristic Evaluation</i> (Jacob Nielsen)	Pertanyaan
1.	<i>Match between system and the real world</i>	Apakah kata-kata dan ikon aplikasi mudah dipahami?
2.	<i>Help &amp; documentation</i>	Apakah tombol dan menu tampil serupa diseluruh aplikasi?
3.	<i>Visibility of system status</i>	Apakah aplikasi memberi petunjuk saat anda kebingungan?
4.	<i>User control &amp; freedom</i>	Apakah anda bisa Kembali ke halaman sebelumnya?
5.	<i>Flexibility &amp; efficiency</i>	Apakah aplikasi memberi tahu jika sedang memproses sesuatu?
6.	<i>Consistency and standard</i>	Apakah aplikasi mudah untuk pemula dan cepat bagi yang ahli?
7.	<i>Recognition rather than recall</i>	Apakah aplikasi bisa membantu anda agar tidak salah pencet?
8.	<i>Error prevention</i>	Apakah aplikasi memberi label atau ikon agar mudah digunakan?
9.	<i>Error reporting, diagnosis, &amp; recovery</i>	Apakah pesan kesalahan yang jelas, menunjukan masalah, memberikan solusi yang dapat dilakukan oleh pengguna?
10.	<i>Aesthetic &amp; minimalist design</i>	Apakah tampilan aplikasi sederhana dan enak dilihat?

Selanjutnya dilakukan klasifikasi 10 prinsip heuristic evaluation ke dalam parameter usability yang akan digunakan untuk mengukur ketiga aplikasi, klasifikasi tersebut disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3 Klasifikasi Prinsip *Heuristic Evaluation* ke dalam Parameter *Usability*

Prinsip <i>Heuristic Evaluation</i> (Jacob Nielsen)	Parameter <i>Usability</i>
<i>Match between system and the real world</i>	
<i>Help &amp; documentation</i>	<i>Learnability</i>
<i>Visibility of system status</i>	
<i>User control &amp; freedom</i>	
<i>Flexibility &amp; efficiency</i>	<i>Efficiency</i>
<i>Consistency and standard</i>	
<i>Recognition rather than recall</i>	<i>Memorability</i>
<i>Error prevention</i>	
<i>Error reporting, diagnosis, &amp; recovery</i>	<i>Errors handling</i>
<i>Aesthetic &amp; minimalist design</i>	<i>Satisfaction</i>

Hasil rekapitulasi respon perbandingan *UI/UX* aplikasi Shopee, Lazada, dan Bukalapak yang diperoleh melalui penyebaran angket *online via Google Form* dan tatap muka langsung dengan responden disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4 Rekapitulasi Form Responden Perbandingan *UI/UX* Aplikasi Shopee

No.	Pertanyaan	Shopee					Lazada					Bukalapak				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Apakah kata-kata dan ikon aplikasi mudah di pahami?	13	2	23	31	31	12	11	29	34	14	17	13	32	27	11
2.	Apakah tombol dan menu tampil serupa diseluruh aplikasi?	12	9	34	31	14	9	14	39	28	10	16	15	32	29	8
3.	Apakah aplikasi memberi petunjuk saat anda kebingungan?	13	5	28	32	22	10	12	34	28	16	12	11	38	26	13
4.	Apakah anda bisa Kembali ke halaman sebelumnya?	9	3	23	36	29	6	9	26	38	21	7	9	32	33	19
5.	Apakah aplikasi memberi tahu jika sedang memproses sesuatu?	7	8	19	31	35	3	10	28	29	30	7	12	29	26	26
6.	Apakah aplikasi mudah untuk pemula dan cepat bagi yang ahli?	7	10	34	23	26	8	15	30	25	22	11	22	31	19	17
7.	Apakah aplikasi bisa membantu anda agar tidak salah pincet?	16	14	35	20	15	13	20	38	18	11	19	20	31	21	9
8.	Apakah aplikasi memberi label atau ikon agar mudah	10	4	27	32	27	9	10	27	34	20	11	10	32	27	20

digunakan?																
9.	Apakah pesan kesalahan yang jelas, menunjukan masalah, memberikan solusi yang dapat dilakukan oleh pengguna?	6	9	35	30	20	6	14	39	29	12	13	12	38	28	9
10.	Apakah tampilan aplikasi sederhana dan enak dilihat?	12	8	28	24	28	7	11	34	29	19	10	11	39	23	17

Data pengukuran antarmuka Shopee, Lazada, dan Bukalapak yang berbasis pada prinsip *Heuristic Evaluation* diolah menggunakan metode skala Likert dan penghitungan *severity rating* untuk menilai tingkat *usability* ketiga *platform* tersebut. Tahap pengolahan data meliputi dua proses utama, yaitu penerapan skala Likert untuk mengukur persepsi pengguna dan perhitungan *severity rating* untuk menentukan tingkat keparahan masalah *usability* yang ditemukan.

Penerapan skala Likert menghasilkan skor berdasarkan parameter *usability* di ketiga aplikasi disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5 Skor Berdasarkan Parameter *Usability*

No.	Parameter <i>Usability</i>	Heuristic Evaluation	Aplikasi	Skor
1.	Learnability	Match between system and the real world		Shopee 365
		Help & documentation		Lazada 327
		Bukalapak		Bukalapak 302
		Shopee		Shopee 395
		Lazada		Lazada 328
		Bukalapak		Bukalapak 398
		Shopee		Shopee 379
		Lazada		Lazada 373
		Bukalapak		Bukalapak 352
2.	Efficiency	User control & freedom		Shopee 373
		Lazada		Lazada 359
		Bukalapak		Bukalapak 348
		Shopee		Shopee 351
		Flexibility & efficiency		Lazada 338
		Bukalapak		Bukalapak 309
3.	Memorability	Consistency and standard		Shopee 344
		Lazada		Lazada 316
		Bukalapak		Bukalapak 298
		Shopee		Shopee 362
		Recognition rather than recall		Lazada 381
		Bukalapak		Bukalapak 335
4.	Errors handling	Error prevention		Shopee 304
		Lazada		Lazada 294
		Bukalapak		Bukalapak 281
		Shopee		Shopee 349
		Error reporting, diagnosis, & recovery		Lazada 378
		Bukalapak		Bukalapak 308
5.	Satisfaction	Aesthetic & minimalist design		Shopee 348
		Lazada		Lazada 342
		Bukalapak		Bukalapak 326

Tabel 6 Total Skor dari Parameter *Usability*

Parameter <i>Usability</i>	Shopee	Lazada	Bukalapak
<i>Learnability</i>	1.139	1.028	952
<i>Efficiency</i>	724	697	657
<i>Memorability</i>	706	697	633
<i>Errors handling</i>	659	672	589
<i>Satisfaction</i>	348	342	326

Penilaian tingkat keparahan masalah dilakukan melalui penghitungan *Severity Rating*, yang memberikan gambaran akurat tentang dampak masalah terkait topik penelitian berdasarkan persepsi responden. Berikut adalah perhitungan *severity rating*.

1. ***Learnability***

**Shopee**

SR = 379,67

Rata-rata:

379,67: 100 = 3,79

(dibulatkan menjadi 3,8)

Maka *severity* dari parameter *Learnability* aplikasi Shopee adalah 4, karena masuk ke dalam *range* 3,5 – 4,0.

**Lazada**

SR = 342,67

Rata-rata:

342,67: 100 = 3,42

(dibulatkan menjadi 3,4)

Maka *severity* dari parameter *Learnability* aplikasi Lazada adalah 3, karena masuk ke dalam *range* 2,4 – 3,4.

**Bukalapak**

SR = 317,3

Rata-rata:

317,3: 100 = 3,17

(dibulatkan menjadi 3,2)

Maka *severity* dari parameter *Learnability* aplikasi Bukalapak adalah 3, karena masuk ke dalam *range* 2,4 – 3,4.

2. ***Efficiency***

**Shopee**

SR = 362

Rata-rata:

362: 100 = 3,62

(dibulatkan menjadi 3,6)

Maka *severity* dari parameter *Efficiency* aplikasi Shopee adalah 4, karena masuk ke dalam *range* 3,5-4,0.

**Lazada**

SR = 348,5

Rata-rata:

348,5: 100 = 3,48

(dibulatkan menjadi 3,5)

Maka *severity* dari parameter *Efficiency* aplikasi Lazada adalah 4, karena masuk ke dalam *range* 3,5-4,0.

**Bukalapak**

SR = 328,5

Rata-rata:

328,5: 100 = 3,28

(dibulatkan menjadi 3,3)

Maka *severity* dari parameter *Efficiency* aplikasi Bukalapak adalah 3, karena masuk ke dalam *range* 2,5-3,4.

3. ***Memorability***

**Shopee**

SR = 353

Rata-rata:

353: 100 = 3,53

(dibulatkan menjadi 3,5)

Maka *severity* dari parameter *Memorability* aplikasi Shopee adalah 4, karena masuk ke dalam *range* 3,5-4,0.

**Lazada**

SR = 348,5

Rata-rata:

348,5: 100 = 3,48

(dibulatkan menjadi 3,5)

Maka *severity* dari parameter *Memorability* aplikasi Lazada adalah 4, karena masuk ke dalam *range* 3,5-4,0.

**Bukalapak**

SR = 316,5

Rata-rata:

316,5: 100 = 3,16

(dibulatkan menjadi 3,2)

Maka *severity* dari parameter *Memorability* aplikasi Bukalapak adalah 3, karena masuk ke dalam *range* 2,5-3,4.

4. ***Errors Handling***

**Shopee**

SR = 326,5

Rata-rata:

326,5: 100 = 3,26

(dibulatkan menjadi 3,3)

Maka *severity* dari parameter *Errors Handling* aplikasi Shopee adalah 3, karena masuk ke dalam *range* 2,5-3,4.

**Lazada**

SR = 336

Rata-rata:

336: 100 = 3,36

(dibulatkan menjadi 3,4)

Maka *severity* dari parameter *Errors Handling* aplikasi Lazada adalah 3, karena masuk ke dalam *range* 2,5-3,4.

**Bukalapak**

SR = 294,5

Rata-rata:

294,5: 100 = 2,94

(dibulatkan menjadi 2,9)

Maka *severity* dari parameter *Errors Handling* aplikasi Bukalapak adalah 3, karena masuk ke dalam *range* 2,5-3,4.

5. ***Satisfaction***

**Shopee**

SR = 348

Rata-rata:

348: 100 = 3,48

(dibulatkan menjadi 3,5)

Maka *severity* dari parameter *Satisfaction* aplikasi Shopee adalah 4, karena masuk ke dalam *range* 3,5-4,0.

**Lazada**

SR = 342

Rata-rata:

342: 100 = 3,42

(dibulatkan menjadi 3,4)

Maka *severity* dari parameter *Satisfaction* aplikasi Lazada adalah 3, karena masuk ke dalam *range* 2,5-3,4.

**Bukalapak**

SR = 326

Rata-rata:

326: 100 = 3,26

(dibulatkan menjadi 3,3)

Maka *severity* dari parameter *Satisfaction* aplikasi Bukalapak adalah 3, karena masuk ke dalam *range* 2,5-3,4.

Tabel 7 Total Skor Parameter *Usability*

<i>Learnability</i>			
No.	Aplikasi	Rata-rata	Severity
1.	Shopee	3,8	4
2.	Lazada	3,4	3
3.	Bukalapak	3,2	3
<i>Efficiency</i>			
No.	Aplikasi	Rata-rata	Severity
1.	Shopee	3,6	4
2.	Lazada	3,5	4
3.	Bukalapak	3,3	3
<i>Memorability</i>			
No.	Aplikasi	Rata-rata	Severity
1.	Shopee	3,5	4
2.	Lazada	3,5	4
3.	Bukalapak	3,2	3
<i>Errors Handling</i>			
No.	Aplikasi	Rata-rata	Severity
1.	Shopee	3,3	3
2.	Lazada	3,4	3
3.	Bukalapak	2,9	3
<i>Satisfaction</i>			
No.	Aplikasi	Rata-rata	Severity
1.	Shopee	3,5	4
2.	Lazada	3,4	3
3.	Bukalapak	3,3	3

## 5. KESIMPULAN

Evaluasi heuristik terhadap desain antarmuka pengguna Shopee, Lazada, dan Bukalapak mengungkapkan bahwa masing-masing aplikasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam hal *usability*.

Shopee menonjol dengan skor tinggi dalam *Learnability* (76%), *Efficiency* (72%), *Memorability* (70%), dan *Satisfaction* (70%), dengan nilai *severity* 4 pada semua aspek tersebut. Lazada unggul dalam dua aspek utama: *Efficiency* dengan skor 70% dan nilai *severity* 4, serta *Memorability* dengan skor 70% dan nilai *severity* 4, menunjukkan kemampuan aplikasi yang baik dalam mendukung pengguna untuk melakukan tugas dengan efisien dan mengingat cara penggunaan aplikasi. Sementara

itu, Bukalapak memiliki skor yang relatif rendah di semua parameter *usability*, dengan skor tertinggi pada *Efficiency* dan *Satisfaction* sebesar 66%, dengan nilai *severity* 3.

Hasil ini menunjukkan bahwa Bukalapak perlu melakukan perbaikan signifikan pada antarmuka penggunanya untuk meningkatkan pemahaman, penggunaan, memorabilitas, dan kepuasan pengguna secara keseluruhan.

## 6. PENGAKUAN

Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Brebes, Indonesia, yang telah mengizinkan kami mengumpulkan data sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.

## 7. KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis dalam studi ini tidak memiliki konflik dengan penulis lain.

## 8. REFERENSI

- [1] Tiara Ayu PM. Perbandingan Perilaku Impulsive Buying Pada Marketplace Tokopedia dan Shopee. EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi [Internet]. 2023;4. Available from: <https://ulilalbabinstitute.co.id/index.php/EKOMA/article/view/6724/6364>
- [2] Jumawan J, Soesanto E, Cahya F, Putri CA, Permatasari SA, Setyakinasti S, et al. Pengaruh Online Consumer Review Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. SENTRI J Ris Ilm. 2024;3(6):2854–62.
- [3] Auliaddina S, Puteri AA, Anshori IF. Perbandingan Analisa Usability Desain User Interface Pada Website Shopee Dan Bukalapak Menggunakan Metode Heuristic Evaluation. Technol J Ilm. 2021;12(3):188.
- [4] Akbar ML, Usman A, Budiman A. Rancang Bangun Desain Ui/Ux Pada Pembuatan Startup Aplikasi Selfcare Berbasis Website. J Ilmu Komput .... 2023;2:158–72.
- [5] Kholik A, Soegiarto A, Sari WP, Negeri U. Strategi Komunikasi Visual dalam User Interface (UI) dan User Experience (UX) Untuk Membangun Kepuasan Pengguna. 2024;(4).
- [6] Kurnia Wirawan D, Maria E. Penerapan Metode Heuristic Evaluation Untuk Evaluasi User Interface Aplikasi Lazada. J Pendidik Teknol Inf. 2024;7(1):96–107.
- [7] Talaohu MJ, Hendra G. Evaluasi usability sistem informasi akademik STMIK IM Menggunakan metode heuristic evaluation. INFOTECH J Inform Teknol. 2024;5(1):34–41.
- [8] Larsen N, Stallrich J, Sengupta S, Deng A, Kohavi R, Stevens NT. Statistical Challenges in Online Controlled Experiments: A Review of A/B Testing Methodology. Am Stat [Internet]. 2024;78(2):135–49. Available from: <https://doi.org/10.1080/00031305.2023.2257237>
- [9] Dzakiyullah NR, Ratnasari A, Harahap A. Analisis Kepuasan Pengguna Website SMP Negeri 2 Pajangan Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS). J Ilm Komputasi. 2025;24(1):69–76.
- [10] Danil S, Hasibuan MS. Evaluasi Sistem ATR/BPN Berbasis Webuse dan Heuristic Evaluation. J Digit Lit Volunt. 2024;2(1):1–10.
- [11] Adjie A, Akbar MF, Naufal J, Ihsan M, Fasha EG, Kurniawan F. Analisis Usability Aplikasi Pengelolaan Sampah ‘Bang Jaki’ Menggunakan Evaluasi Heuristik. J Minfo Polgan. 2025;14(1):1324–32.
- [12] Ulfah A, Hermina D, Nuril H. DESAIN INSTRUMEN EVALUASI YANG VALID DAN RELIABEL DALAM PENDIDIKAN ISLAM MENGGUNAKAN SKALA LIKERT. 2024;8(12):855–61.