Department of Digital Business
Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS
Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 20304-20316
P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh UI/UX terhadap Keberhasilan Aplikasi E-Commerce: Tinjauan Literatur Sistematis

Achmad Fuadi Abdillah[1], Mashita Azzahrah Putri[2], Rachelita Febriana Nayla Putri[3]
[1-3]Teknologi Informasi, Manajemen Informatika, Politeknik Negeri Malang
dilanjayyy123@gmail.com, chitamachita2007@gmail.com, rachelitaputri.n@gmail.com

Abstrak

Transformasi perdagangan digital telah menjadikan kualitas antarmuka pengguna dan pengalaman pengguna sebagai faktor strategis dalam menentukan keberhasilan aplikasi e-commerce. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh User Interface (UI) dan User Experience (UX) terhadap kepuasan, kepercayaan, niat pembelian, retensi, dan loyalitas pengguna. Metode yang digunakan adalah Systematic Literature Review dengan kerangka PRISMA melalui tahap penentuan kriteria inklusi, penelusuran sumber literatur, seleksi artikel, ekstraksi data, dan sintesis temuan. Sebanyak 15 artikel yang terbit pada periode 2020–2026 dianalisis berdasarkan objek aplikasi, pendekatan perancangan, indikator usability, serta keluaran bisnis yang dilaporkan. Hasil sintesis menunjukkan bahwa navigasi yang intuitif, konsistensi visual, desain responsif, kejelasan informasi produk, keamanan transaksi, kecepatan sistem, dan kemudahan proses checkout merupakan dimensi yang paling sering dikaitkan dengan keberhasilan aplikasi. UI yang menarik membentuk kesan awal dan kredibilitas, sedangkan UX yang efisien mengurangi beban kognitif, kesalahan interaksi, dan kecenderungan pengguna meninggalkan transaksi. Kepuasan pengguna juga berperan sebagai penghubung antara kualitas UI/UX dengan niat menggunakan kembali serta loyalitas. Pendekatan User-Centered Design, Human-Centered Design, Design Thinking, dan pengembangan iteratif terbukti membantu menyelaraskan fitur dengan kebutuhan nyata pengguna. Penelitian ini menyimpulkan bahwa investasi UI/UX perlu diposisikan sebagai strategi bisnis berkelanjutan, bukan sekadar penyempurnaan visual, karena berpengaruh terhadap kualitas layanan digital dan daya saing platform e-commerce secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Antarmuka Pengguna, Pengalaman Pengguna, E-Commerce*

1. Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi informasi yang masif telah mengubah paradigma interaksi manusia di sektor perdagangan melalui platform e-commerce. Di Indonesia, penetrasi internet yang mencapai 79,5% telah menciptakan ekosistem digital yang sangat kompetitif, di mana fungsionalitas teknologi saja tidak lagi cukup untuk mempertahankan pengguna. Faktor penentu keberhasilan suatu platform kini telah bergeser ke kualitas antarmuka dan pengalaman pengguna yang dapat meminimalkan hambatan fungsional dan psikologis. Hal ini menjadikan aspek Antarmuka Pengguna (UI) dan Pengalaman Pengguna (UX) sebagai fondasi utama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan di pasar online.

Beberapa studi sebelumnya telah meneliti pengaruh desain digital dengan beragam fokus. Dari aspek visual dan estetika, penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen seperti teori warna, tipografi, dan desain beranda memiliki korelasi positif dengan kredibilitas platform dan minat beli pengguna. Platform besar seperti Tokopedia dan Shopee telah menerapkan elemen-elemen ini untuk menciptakan kesan pertama yang kuat. Sementara itu, dari aspek fungsionalitas dan kenyamanan pengguna, pendekatan desain yang berpusat pada pengguna telah terbukti efektif dalam mengurangi beban kognitif dan kecemasan navigasi. Desain UX yang optimal berperan dalam mengatasi kompleksitas sistem, membuat interaksi antara sistem dan manusia menjadi lebih efisien. Meskipun demikian, tantangan sering muncul ketika terjadi ketidaksesuaian antara kecanggihan fitur teknologi dan kebutuhan psikologis pengguna yang sebenarnya.

Meskipun studi ekstensif telah dilakukan pada elemen UI/UX, terdapat keterbatasan dalam mensintesis data yang secara komprehensif menggabungkan berbagai temuan. Awalnya, banyak peneliti hanya fokus pada platform tertentu atau metode evaluasi desain tertentu. Terdapat penelitian terbatas tentang perbandingan pola keberhasilan desain di berbagai model bisnis e-commerce melalui tinjauan terstruktur. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melakukan Tinjauan Sistematis untuk mengintegrasikan temuan dari berbagai literatur sebelumnya. Studi ini akan mengidentifikasi bagaimana integrasi kolektif elemen UI dan fungsionalitas UX memengaruhi retensi pengguna jangka panjang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mensintesis elemen UI/UX yang paling signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna melalui tinjauan literatur sistematis. Dengan mengidentifikasi kesenjangan antara implementasi desain dan harapan pengguna, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kerangka kerja praktis bagi pengembang untuk mengoptimalkan platform e-commerce mereka di tengah persaingan pasar yang dinamis.

2. Metode Penelitian

Studi ini melakukan tinjauan komprehensif terhadap penelitian sebelumnya mengenai pengaruh UI/UX terhadap keberhasilan aplikasi e-commerce. Studi ini juga mengembangkan protokol tinjauan sistematis menggunakan metode PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-analysis). PRISMA menyediakan kerangka kerja yang terstruktur. Tahapan penelitiannya adalah sebagai berikut:

2.1. Prosedur Tinjauan Literatur

1. Tahap 1: Penentuan Kriteria Inklusi (KRI):
a) KRI1: Seleksi artikel dilakukan langsung oleh peneliti menggunakan bahasa Inggris dan Indonesia.
b) KRI2: Artikel dipublikasikan dalam periode 2020 hingga 2026.
a) KRI3: Artikel membahas pengaruh, perancangan, atau evaluasi UI/UX pada aplikasi dan website e-commerce.
2. Tahap 2: Menentukan sumber literatur
a) Basis data berfungsi sebagai sumber literatur dengan repositori yang digunakan untuk studi akademis seperti PubMed, Google Scholar, dan Crossref.
b) Penelitian ini memilih topik penelitian sebelumnya yang secara langsung berkaitan dengan fokus studi ini.
3. Tahap 3: Seleksi Literatur
a) Kata kunci penentu pertama adalah “Analisis pentingnya UI/UX dalam keberhasilan E-Commerce”.
b) Hasil pencarian dan studi literatur dari kriteria kelayakan menghasilkan kata kunci ini.
c) Artikel yang tidak dikecualikan pada tahap sebelumnya kemudian dianalisis secara mendalam untuk memastikan bahwa semua kriteria kelayakan untuk tinjauan selanjutnya terpenuhi.
d) Artikel-artikel yang terpilih kemudian dievaluasi ulang untuk mengidentifikasi dan menemukan penelitian relevan lainnya secara lebih luas.
4. Tahap 4: Pengumpulan Data

Data ini dikumpulkan melalui penelitian jurnal sebelumnya.

2.2. Matriks Literatur

Tabel 1. Matriks Tahapan Penelitian

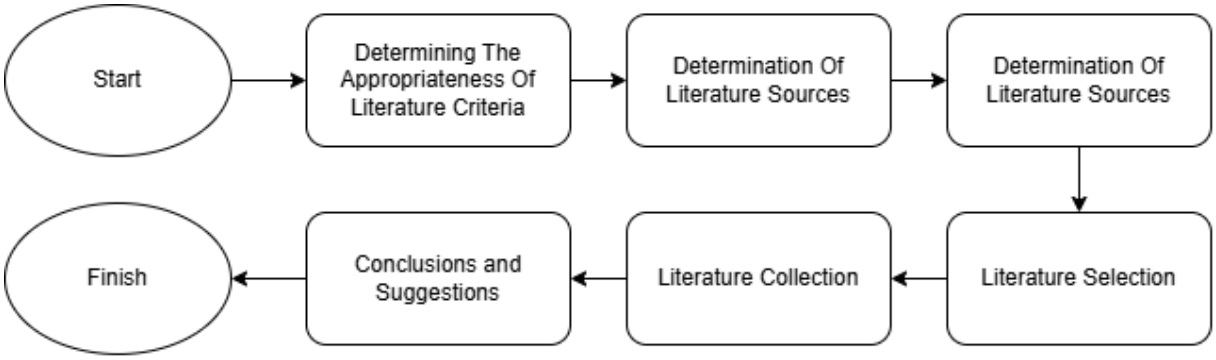
Penulis & Tahun Jurnal	Jenis Aplikasi yang Diteliti	Temuan Utama & Indikator Keberhasilan Aplikasi
Francelia Regina Seli, 2025	Tiktok Shop	Analisis platform TikTok Shop menunjukkan bahwa aspek Antarmuka Pengguna (UI) dan Pengalaman Pengguna (UX) merupakan faktor penting yang menentukan tingkat kepuasan pengguna, di mana antarmuka yang efektif dan pengalaman interaksi yang lancar telah terbukti membuat pengguna merasa puas dan memudahkan pengoperasian belanja.
Sahri Sahri, 2023	Tokopedia	Berdasarkan jurnal "Pengaruh Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya pada Niat untuk Terus Menggunakan Tokopedia," pentingnya aspek-aspek ini adalah bahwa Antarmuka Pengguna (UI) dan Pengalaman Pengguna (UX) telah terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya menjadi faktor penentu bagi pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.
Yustian Servanda, 2026	Gacoan	Studi ini menyimpulkan bahwa desain UI/UX yang intuitif dan responsif memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan juga berfungsi sebagai mediator kunci untuk secara langsung meningkatkan retensi dan loyalitas pengguna.
Riska Nopiyanti, 2026	Kopi Kita	Penerapan UI/UX yang tepat pada situs web Kopi Kita sangat penting untuk menyajikan informasi produk dengan jelas, mempermudah navigasi pembeli, dan menciptakan alur transaksi yang sederhana untuk meningkatkan potensi konversi penjualan bagi UKM.
Intan Marcelia Supono , 2026	Leepoure	Hasil menunjukkan bahwa desain interaksi yang memiliki navigasi yang baik, tampilan yang responsif, dan fitur transaksi yang aman dapat

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Penulis & Tahun Jurnal	Jenis Aplikasi yang Diteliti	Temuan Utama & Indikator Keberhasilan Aplikasi
		meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna. Peningkatan ini diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan pengguna, meningkatkan kinerja penjualan online, dan memperkuat daya saing LeePoure di pasar e-commerce yang semakin kompetitif..
Anis Dwi Setyani, 2021	Toko Aema	Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengaruh UI/UX sangat penting dalam memberikan kepercayaan kepada pengguna dan meningkatkan kepuasan melalui fokus pada fungsi kegunaan aplikasi, di mana pengujian prototipe berhasil mencapai tingkat keberhasilan 72% untuk pelanggan dan 86% untuk admin.
Vernanda Ayu Prastika, 2025	Diabets	Penelitian ini menyimpulkan bahwa fokus pada desain UI/UX iteratif selama sprint terbukti sangat penting dalam memastikan aplikasi tetap intuitif dan selaras dengan kebutuhan pengguna yang dinamis.
Eka Yulianti, 2025	Web Pt Takbir Sukma Trada Indonesia	Berdasarkan analisis desain UI/UX pada website PT Takbir Sukma Trada Indonesia menggunakan metode Human Centered Design (HCD), penelitian ini menghasilkan skor System Usability Scale (SUS) rata-rata sebesar 99,79, yang menunjukkan bahwa solusi desain termasuk dalam kategori "Sangat Baik" dan telah memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna.
Febriansyah, 2025	Maka Studio	Penerapan metode Design Thinking dalam desain UI/UX aplikasi Maka Studio berhasil meningkatkan efisiensi pemesanan jasa fotografi secara signifikan, sebagaimana dibuktikan dengan skor System Usability Scale (SUS) sebesar 94,3%, yang termasuk dalam kategori grade A (Dapat Diterima).
Annisa Triana Talmera, 2025	Tokopedia	Kepuasan pengguna adalah elemen penting yang berfungsi sebagai mediasi penuh, di mana semua dampak positif dari desain antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX) hanya akan berubah menjadi loyalitas pelanggan jika mampu menciptakan rasa puas terlebih dahulu.
Doni Tri Nugroho, 2025	Shopee	Penerapan prinsip-prinsip kegunaan dalam UI/UX sangat penting karena secara signifikan meningkatkan minat beli konsumen melalui pengalaman pengguna yang efisien, mudah diingat, dan memuaskan, sehingga mampu membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan ketat pasar digital.
Iqbal Yudistira, 2025	PT. Total Karya Berkah	Implementasi UI/UX sangat penting untuk memperluas akses pasar secara mandiri, membangun identitas merek yang kuat, dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui sistem pemesanan yang intuitif dan responsif. Keterlibatan aktif pengguna dalam proses desain telah terbukti menghasilkan sistem fungsional yang secara efektif memenuhi kebutuhan pasar digital.
Firman Anugrah Burhanudin, 2026	FURN	Implementasi UI/UX sangat penting untuk mempermudah navigasi, membangun kepercayaan pengguna, dan memastikan alur transaksi berjalan efektif guna meningkatkan konversi penjualan. Pada intinya, desain yang optimal berfungsi untuk mengatasi hambatan operasional dan memperkuat citra digital merek sehingga pelanggan merasa nyaman saat berbelanja.
Fildzah Yulianingrum, 2025	Shopee	Studi ini menunjukkan bahwa UI/UX Shopee sangat berpengaruh karena pengalaman pengguna yang positif terbukti secara signifikan memperkuat niat orang untuk terus menggunakan layanan tersebut. Desain antarmuka yang ramah pengguna dan navigasi yang mudah membuat fitur Shopee Pay Later semakin populer karena mampu memberikan kenyamanan dan kepuasan maksimal bagi penggunanya.
Ika Nur Hidayati, 2025	Citra Cake	Studi ini menyimpulkan bahwa desain UI/UX menggunakan metode Design Thinking telah terbukti efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta loyalitas pengguna melalui fitur kustomisasi kue yang intuitif dan responsif.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

2.3. Alur Seleksi Literatur



Gambar 1. Alur Tahapan Penelitian

2.4. Teknik Ekstraksi dan Sintesis Data

Data dari setiap artikel diekstraksi ke dalam matriks yang memuat penulis dan tahun, objek aplikasi, metode perancangan atau evaluasi, indikator UI/UX, serta temuan mengenai kepuasan, kepercayaan, minat beli, retensi, dan loyalitas. Temuan kemudian dikelompokkan secara tematik untuk mengidentifikasi pola yang konsisten, perbedaan konteks, serta implikasi praktis bagi platform besar dan UMKM. Tahap akhir seleksi menghasilkan 15 artikel yang relevan untuk dianalisis secara mendalam.

3. Hasil dan Diskusi

Pembahasan disusun melalui sintesis tematik terhadap 15 artikel yang tercantum pada matriks literatur. Analisis tidak hanya membandingkan tampilan antarmuka, tetapi juga menelusuri mekanisme bagaimana kualitas UI/UX memengaruhi perilaku pengguna dan hasil bisnis. Tema utama yang ditemukan mencakup kualitas visual, navigasi dan arsitektur informasi, responsivitas serta kinerja, kepercayaan dalam transaksi, kepuasan dan loyalitas, efektivitas pendekatan perancangan berpusat pada pengguna, implikasi bagi berbagai skala bisnis, kerangka evaluasi, serta kesenjangan penelitian. Pembahasan berikut mempertahankan konteks masing-masing studi sekaligus merumuskan pola umum yang dapat digunakan sebagai dasar pengembangan aplikasi e-commerce.

3.1. Pola Umum Pengaruh UI/UX terhadap Keberhasilan E-Commerce

Hasil sintesis terhadap lima belas artikel menunjukkan bahwa keberhasilan aplikasi e-commerce tidak ditentukan oleh satu elemen desain secara terpisah. Keberhasilan muncul melalui hubungan antara kualitas tampilan, kemudahan menyelesaikan tugas, rasa aman, kecepatan memperoleh informasi, dan konsistensi pengalaman selama pengguna berpindah dari tahap pencarian produk sampai layanan setelah pembelian. Penelitian pada TikTok Shop, Tokopedia, Shopee, serta sejumlah aplikasi e-commerce yang dikembangkan untuk usaha kecil memperlihatkan pola yang serupa: ketika antarmuka mudah dipahami dan alur interaksi terasa lancar, pengguna cenderung memberikan penilaian positif terhadap layanan, merasa lebih percaya, dan memiliki niat lebih kuat untuk kembali menggunakan aplikasi [1], [2], [5], [6]. Temuan ini menegaskan bahwa UI dan UX sebaiknya dipahami sebagai satu kesatuan yang saling memperkuat. UI menyediakan bentuk visual dan komponen interaksi, sedangkan UX menggambarkan kualitas pengalaman yang terbentuk ketika komponen tersebut digunakan dalam konteks nyata.

Dalam konteks e-commerce, UI berfungsi sebagai titik temu pertama antara konsumen dan sistem digital. Warna, tipografi, ikon, tata letak, ukuran tombol, serta susunan informasi menentukan apakah pengguna dapat mengenali fungsi halaman dengan cepat. Namun, tampilan yang menarik belum otomatis menghasilkan pengalaman yang baik apabila proses pencarian, pemilihan produk, pengisian alamat, pembayaran, dan pelacakan pesanan tetap rumit. Sebaliknya, alur yang secara teknis efisien juga dapat dinilai kurang meyakinkan apabila halaman terlihat tidak konsisten, informasi penting tersembunyi, atau pesan sistem sulit dipahami. Oleh sebab itu, keberhasilan desain perlu dinilai dari kemampuan antarmuka untuk mendukung tujuan pengguna dan tujuan bisnis secara bersamaan. Studi pada Tokopedia memperlihatkan bahwa kualitas UI dan UX berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan selanjutnya memengaruhi niat untuk terus menggunakan layanan [2]. Pola mediasi yang sejenis juga terlihat pada penelitian mengenai loyalitas pengguna e-commerce [5].

Sintesis literatur memperlihatkan tiga jalur utama pengaruh UI/UX. Jalur pertama adalah jalur fungsional, yaitu desain membantu pengguna menyelesaikan tugas dengan lebih cepat, lebih sedikit kesalahan, dan lebih

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

rendah beban berpikir. Jalur kedua adalah jalur psikologis, yaitu desain membangun rasa nyaman, kendali, kepercayaan, dan kepastian selama transaksi. Jalur ketiga adalah jalur bisnis, yaitu pengalaman yang positif mendorong minat beli, penyelesaian transaksi, penggunaan ulang, dan loyalitas. Ketiga jalur tersebut tidak berdiri sendiri. Navigasi yang sederhana, misalnya, tidak hanya menghemat waktu, tetapi juga mengurangi keraguan dan memberi kesan bahwa platform dikelola secara profesional. Demikian pula, desain checkout yang transparan tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memperkuat kepercayaan karena biaya, metode pembayaran, serta status pesanan dapat dipahami sebelum pengguna membuat keputusan akhir.

Temuan dari aplikasi yang dikembangkan untuk UMKM dan perusahaan lokal memperluas makna keberhasilan UI/UX. Pada konteks tersebut, desain tidak semata-mata diarahkan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna, tetapi juga membantu usaha menampilkan identitas merek, memperluas akses pasar, mengurangi ketergantungan pada proses pemesanan manual, serta membangun sistem layanan yang lebih terstruktur [7], [8], [9], [11], [13]. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat UI/UX dapat berbeda sesuai skala dan model bisnis. Platform besar membutuhkan konsistensi pada jutaan interaksi serta integrasi banyak fitur, sedangkan UMKM lebih membutuhkan alur inti yang sederhana, informasi produk yang jelas, dan saluran transaksi yang dapat dipercaya. Meskipun prioritasnya berbeda, prinsip dasarnya sama, yaitu desain harus dimulai dari pemahaman terhadap kebutuhan pengguna dan harus dievaluasi berdasarkan keberhasilan pengguna menyelesaikan tujuan.

Secara keseluruhan, literatur menempatkan UI/UX sebagai kapabilitas organisasi, bukan hanya pekerjaan dekoratif pada tahap akhir pengembangan. Desain perlu terhubung dengan strategi produk, proses pengembangan perangkat lunak, layanan pelanggan, keamanan, pemasaran, dan evaluasi kinerja. Ketika UI/UX diperlakukan sebagai tambahan setelah sistem selesai dibuat, masalah mendasar seperti struktur informasi yang tidak logis, alur transaksi yang panjang, atau ketidaksesuaian fitur dengan kebutuhan pengguna akan sulit diperbaiki. Sebaliknya, keterlibatan desain sejak tahap identifikasi masalah memungkinkan pengembang menetapkan prioritas yang lebih tepat, menguji asumsi lebih awal, dan mengurangi biaya perubahan. Dengan demikian, keberhasilan aplikasi e-commerce lebih mungkin dicapai apabila UI/UX menjadi proses berkelanjutan yang didukung data, umpan balik pengguna, dan koordinasi lintas fungsi.

3.2. Kualitas Visual, Konsistensi, dan Pembentukan Kesan Awal

Kualitas visual merupakan dimensi yang paling cepat dinilai oleh pengguna ketika membuka aplikasi e-commerce. Dalam beberapa detik pertama, pengguna membentuk persepsi mengenai profesionalitas, kredibilitas, dan relevansi platform melalui komposisi warna, kerapian tata letak, kualitas gambar produk, serta konsistensi elemen antarmuka. Kesan awal ini penting karena transaksi daring mengharuskan pengguna mempercayai sistem yang tidak berhadapan langsung dengan penjual. Desain visual yang teratur membantu mengurangi ketidakpastian, sedangkan tampilan yang berantakan, terlalu padat, atau tidak konsisten dapat menimbulkan persepsi bahwa platform kurang dapat diandalkan. Walaupun penelitian yang ditinjau menggunakan objek dan metode berbeda, sebagian besar menempatkan daya tarik visual dan kemudahan membaca sebagai bagian penting dari kepuasan pengguna [1], [3], [4], [5].

Hierarki visual menentukan urutan perhatian pengguna. Judul produk, harga, promosi, stok, pilihan variasi, tombol pembelian, dan informasi pengiriman harus disusun berdasarkan tingkat kepentingannya. Apabila semua elemen memiliki ukuran, warna, atau penekanan yang sama, pengguna kesulitan mengenali tindakan utama. Sebaliknya, hierarki yang baik mengarahkan pengguna secara alami tanpa harus membaca seluruh halaman. Prinsip ini sangat penting pada perangkat seluler karena ruang layar terbatas dan pengguna sering berinteraksi dalam kondisi perhatian terbagi. Penggunaan ruang kosong, pengelompokan informasi, kontras yang cukup, dan penempatan tombol pada area yang mudah dijangkau dapat memperpendek waktu pengambilan keputusan. Dalam konteks e-commerce, desain visual yang efektif tidak harus selalu kompleks; kesederhanaan yang terencana justru membantu produk dan informasi utama tampil lebih jelas.

Konsistensi visual dan interaksi juga berpengaruh terhadap kemampuan pengguna mempelajari aplikasi. Komponen yang memiliki fungsi sama seharusnya menggunakan bentuk, istilah, posisi, serta respons yang sama di seluruh halaman. Misalnya, ikon keranjang, tombol kembali, label diskon, dan pesan kesalahan tidak boleh berubah tanpa alasan yang jelas. Konsistensi memungkinkan pengguna membentuk pola mental sehingga mereka tidak perlu mempelajari ulang cara kerja sistem pada setiap halaman. Pada platform dengan banyak kategori, konsistensi desain menjadi semakin penting karena pengguna dapat berpindah dari halaman beranda ke pencarian, detail produk, promo, pembayaran, dan pusat bantuan. Desain yang terfragmentasi meningkatkan beban kognitif dan berpotensi menyebabkan kesalahan, terutama bagi pengguna baru atau pengguna dengan literasi digital terbatas.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Tipografi dan bahasa antarmuka merupakan bagian dari kualitas visual yang sering dianggap sederhana, tetapi memiliki dampak langsung terhadap pemahaman. Ukuran huruf yang terlalu kecil, jarak baris yang sempit, atau penggunaan istilah teknis dapat menghambat pengguna dalam membaca spesifikasi produk dan syarat transaksi. Bahasa yang singkat, konsisten, dan berorientasi pada tindakan membantu pengguna memahami konsekuensi setiap pilihan. Pesan seperti "pembayaran gagal" sebaiknya tidak berhenti pada pemberitahuan, tetapi menjelaskan penyebab yang mungkin serta langkah perbaikan. Demikian pula, label tombol perlu menggambarkan tindakan secara spesifik, misalnya "Lanjut ke Pembayaran" lebih informatif dibandingkan "Lanjut". Kualitas microcopy semacam ini membentuk rasa kendali dan mengurangi kecemasan selama proses belanja.

Walaupun estetika penting, literatur menunjukkan bahwa tampilan harus selalu diuji terhadap fungsi. Penggunaan animasi, banner promosi, warna mencolok, dan personalisasi dapat menarik perhatian, tetapi jumlah yang berlebihan justru menutup informasi utama dan memperlambat penyelesaian tugas. Tantangan desain e-commerce adalah menjaga keseimbangan antara kebutuhan komersial untuk menampilkan promosi dan kebutuhan pengguna untuk menemukan produk secara efisien. Oleh karena itu, keputusan visual sebaiknya didasarkan pada data perilaku, pengujian kegunaan, dan tujuan halaman, bukan hanya preferensi desainer atau pemilik bisnis. Aplikasi yang berhasil menggunakan estetika untuk memperjelas struktur, memperkuat identitas merek, dan mendukung tindakan pengguna, bukan sebagai hiasan yang berdiri sendiri.

3.3. Navigasi, Arsitektur Informasi, dan Pengurangan Beban Kognitif

Navigasi yang intuitif muncul sebagai salah satu indikator paling konsisten dalam literatur. Pengguna e-commerce datang dengan tujuan yang beragam: mencari produk tertentu, membandingkan pilihan, mengecek promo, melakukan pembelian ulang, melacak pesanan, atau mengajukan keluhan. Arsitektur informasi harus mengakomodasi tujuan tersebut melalui kategori yang mudah dipahami, fungsi pencarian yang akurat, filter yang relevan, dan jalur kembali yang jelas. Ketika struktur aplikasi mengikuti cara pengguna mengelompokkan informasi, pengguna dapat memprediksi lokasi fitur tanpa banyak mencoba. Penelitian pada TikTok Shop, Tokopedia, Shopee, Kopi Kita, dan LeePoure memperlihatkan bahwa kemudahan navigasi berkaitan dengan kenyamanan, kepuasan, dan peluang penyelesaian transaksi [1], [2], [6], [9], [11].

Pencarian merupakan komponen kritis karena menjadi jalan tercepat bagi pengguna yang telah mengetahui produk yang diinginkan. Kualitas pencarian tidak hanya bergantung pada kotak input, tetapi juga pada kemampuan sistem memahami ejaan, sinonim, kategori, merek, lokasi, dan rentang harga. Hasil pencarian harus disusun secara relevan dan dapat dipersempit menggunakan filter yang tidak membingungkan. Filter yang terlalu banyak tanpa pengelompokan dapat menambah beban kognitif, sedangkan filter yang terlalu sedikit memaksa pengguna menelusuri banyak produk. Desain yang baik memberi pilihan secukupnya, menampilkan filter aktif, serta memungkinkan pengguna menghapus atau mengubah kriteria dengan mudah. Bagi UMKM, pencarian sederhana yang konsisten sering lebih bermanfaat daripada fitur canggih yang tidak stabil atau tidak sesuai dengan jumlah produk.

Pada halaman detail produk, arsitektur informasi harus menjawab pertanyaan utama sebelum pengguna memutuskan membeli. Informasi mengenai harga, variasi, ukuran, ketersediaan, bahan, foto, ulasan, estimasi pengiriman, kebijakan pengembalian, dan identitas penjual perlu disusun secara bertahap. Informasi inti harus terlihat segera, sedangkan informasi rinci dapat ditempatkan dalam bagian yang dapat diperluas. Pendekatan ini menghindari halaman yang terlalu panjang tanpa struktur dan tetap menyediakan kedalaman informasi bagi pengguna yang membutuhkan. Ketidaklengkapan atau ketidakkonsistenan informasi meningkatkan risiko pengguna meninggalkan halaman karena mereka harus mencari jawaban melalui saluran lain. Dengan demikian, kualitas UX juga bergantung pada tata kelola konten, bukan hanya bentuk antarmuka.

Beban kognitif meningkat ketika pengguna harus mengingat informasi, menafsirkan istilah yang tidak familiar, atau memilih dari terlalu banyak opsi sekaligus. E-commerce sering menghadirkan kompleksitas melalui variasi produk, voucher, metode pengiriman, metode pembayaran, dan program loyalitas. Desain perlu memecah proses menjadi langkah yang logis, memberikan ringkasan pilihan, dan menjaga konteks agar pengguna tidak kehilangan progres. Prinsip pengenalan lebih baik daripada mengingat dapat diterapkan dengan menampilkan riwayat pencarian, alamat tersimpan, metode pembayaran terakhir, serta rekomendasi yang transparan. Namun, penyederhanaan tidak boleh menghilangkan kendali. Pengguna tetap harus dapat meninjau dan mengubah keputusan sebelum transaksi dikonfirmasi.

Navigasi yang baik juga mencakup penanganan kesalahan dan kemampuan pemulihan. Pengguna dapat salah memilih variasi, memasukkan alamat tidak lengkap, kehilangan koneksi, atau menutup aplikasi pada saat pembayaran. Sistem harus mempertahankan data yang aman, memberi penjelasan yang dapat ditindaklanjuti, dan menyediakan jalan kembali tanpa mengulang seluruh proses. Pesan kesalahan yang muncul terlambat atau tidak

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

menunjukkan lokasi masalah menyebabkan frustrasi dan meningkatkan pengabaian keranjang. Oleh sebab itu, validasi sebaiknya dilakukan sedekat mungkin dengan sumber kesalahan, menggunakan bahasa yang sopan, dan tidak menyalahkan pengguna. Mekanisme pemulihan yang baik mencerminkan kualitas UX karena pengguna merasa sistem membantu mereka menyelesaikan tugas, bukan sekadar menghalangi transaksi.

3.4. Responsivitas, Kinerja Sistem, dan Aksesibilitas

Desain responsif dalam literatur tidak hanya berarti tampilan dapat menyesuaikan ukuran layar, tetapi juga kemampuan aplikasi mempertahankan fungsi, keterbacaan, dan kenyamanan pada berbagai perangkat. Pengguna dapat memulai pencarian melalui telepon seluler, melanjutkan perbandingan melalui laptop, dan menerima informasi pesanan melalui aplikasi atau surel. Konsistensi lintas perangkat membantu menjaga konteks dan mengurangi kebingungan. Penelitian pada website perusahaan dan aplikasi UMKM menunjukkan bahwa tampilan responsif dipandang sebagai syarat penting agar informasi produk serta alur transaksi tetap mudah digunakan [3], [7], [8], [9], [11]. Bagi pasar yang didominasi perangkat seluler, desain harus mengutamakan interaksi sentuh, ukuran target yang memadai, dan susunan informasi yang tidak bergantung pada layar lebar.

Kinerja teknis sangat memengaruhi persepsi UX. Halaman yang lambat, gambar yang gagal dimuat, transisi yang tersendat, atau respons tombol yang tidak pasti membuat pengguna meragukan apakah tindakan mereka telah diproses. Dalam transaksi, keraguan semacam ini berisiko menimbulkan klik berulang, pembayaran ganda, atau pengguna meninggalkan aplikasi. Karena itu, respons sistem perlu terlihat segera melalui indikator pemuatan, perubahan status tombol, atau pesan konfirmasi. Persepsi kecepatan dapat ditingkatkan dengan memuat konten prioritas terlebih dahulu, mengoptimalkan gambar, menyimpan data yang sesuai secara lokal, serta mengurangi elemen yang tidak penting. Desain dan rekayasa perangkat lunak harus bekerja bersama karena antarmuka yang baik tidak dapat menutupi masalah performa yang terus terjadi.

Kondisi jaringan pengguna perlu dipertimbangkan, khususnya pada wilayah dengan kualitas koneksi yang tidak merata. Aplikasi yang hanya diuji pada jaringan cepat dapat gagal memberikan pengalaman memadai ketika digunakan pada koneksi seluler yang lemah. Strategi seperti kompresi aset, pemuatan bertahap, cache, penyimpanan keranjang, dan pemberitahuan status koneksi membantu menjaga keberlanjutan tugas. Informasi yang telah dimasukkan sebaiknya tidak hilang hanya karena koneksi terputus. Untuk UMKM, optimasi performa sering memberikan manfaat lebih besar dibandingkan penambahan fitur yang jarang digunakan. Aplikasi yang ringan dan stabil memperluas jangkauan pengguna serta mengurangi hambatan bagi konsumen dengan perangkat lama.

Aksesibilitas merupakan bagian penting dari kualitas UX meskipun belum menjadi fokus utama sebagian besar artikel yang ditinjau. Antarmuka e-commerce seharusnya dapat digunakan oleh pengguna dengan keterbatasan penglihatan, motorik, pendengaran, atau kemampuan kognitif yang berbeda. Kontras warna yang cukup, teks alternatif pada gambar, dukungan pembaca layar, navigasi melalui papan ketik, urutan fokus yang logis, dan label formulir yang jelas merupakan contoh praktik yang meningkatkan aksesibilitas. Prinsip tersebut juga memberi manfaat bagi pengguna umum, misalnya ketika menggunakan perangkat di bawah cahaya kuat, berbelanja dengan satu tangan, atau menghadapi situasi tergesa-gesa. Dengan demikian, aksesibilitas bukan fitur tambahan untuk kelompok kecil, melainkan cara memperluas kegunaan dan pasar.

Evaluasi responsivitas, kinerja, dan aksesibilitas perlu menggunakan kombinasi ukuran teknis dan pengalaman pengguna. Waktu muat, kestabilan tampilan, tingkat kesalahan, keberhasilan tugas, serta skor usability dapat memberikan gambaran kuantitatif. Di sisi lain, observasi dan wawancara membantu menjelaskan mengapa pengguna merasa lambat atau kesulitan pada bagian tertentu. Skor System Usability Scale yang sangat tinggi pada penelitian website PT Takbir Sukma Trada Indonesia dan Maka Studio menunjukkan bahwa pendekatan desain terstruktur dapat menghasilkan persepsi kegunaan yang baik [3], [4]. Namun, skor tunggal tidak cukup untuk menjamin keberhasilan jangka panjang. Pengujian perlu mencakup perangkat, jaringan, kelompok pengguna, dan skenario transaksi yang beragam.

3.5. Kepercayaan, Keamanan, dan Kepastian dalam Proses Transaksi

Kepercayaan merupakan prasyarat penting dalam e-commerce karena pengguna menyerahkan data pribadi, alamat, dan informasi pembayaran kepada sistem. UI/UX berperan dalam menerjemahkan mekanisme keamanan yang tidak terlihat menjadi tanda-tanda yang dapat dipahami. Informasi identitas penjual, ulasan, kebijakan pengembalian, metode pembayaran, status koneksi, dan dukungan pelanggan membantu pengguna menilai risiko. Tampilan yang profesional dan konsisten memperkuat kredibilitas, tetapi kepercayaan tidak boleh dibangun hanya melalui estetika. Pengguna membutuhkan bukti bahwa informasi, harga, biaya, dan proses transaksi disampaikan secara transparan. Penelitian pada Toko Aema, LeePoure, FURN, dan platform besar menempatkan rasa aman serta kejelasan interaksi sebagai bagian yang memengaruhi kenyamanan dan keputusan pengguna [8], [11], [15].

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Kepastian biaya merupakan salah satu elemen penting pada tahap checkout. Harga akhir sebaiknya telah mencakup rincian produk, ongkos kirim, biaya layanan, diskon, pajak, dan penggunaan voucher sebelum pengguna menekan tombol pembayaran. Perubahan biaya yang baru muncul pada tahap terakhir dapat menurunkan kepercayaan dan meningkatkan pengabaian keranjang. Desain perlu menjelaskan syarat promosi, masa berlaku, minimum transaksi, serta alasan voucher tidak dapat digunakan. Transparansi semacam ini mengurangi persepsi manipulasi. Pada saat yang sama, platform harus menghindari pola desain yang menekan pengguna untuk mengambil keputusan tanpa informasi lengkap, misalnya hitung mundur yang tidak nyata atau pilihan penolakan yang disembunyikan.

Proses pembayaran membutuhkan umpan balik yang tegas pada setiap tahap. Setelah pengguna memilih metode pembayaran, sistem harus menunjukkan apakah transaksi sedang diproses, berhasil, menunggu konfirmasi, atau gagal. Status yang ambigu menimbulkan kecemasan karena pengguna tidak mengetahui apakah dana telah terpotong. Apabila terjadi kegagalan, aplikasi perlu menyampaikan langkah pemulihan, batas waktu, dan saluran bantuan. Riwayat transaksi harus mudah ditemukan agar pengguna dapat memverifikasi status tanpa mengulang pembayaran. Pengalaman ini memperlihatkan bahwa keamanan bukan hanya masalah enkripsi atau autentikasi, tetapi juga masalah komunikasi antarmuka yang membuat proses dapat dipahami.

Perlindungan data pribadi perlu dijelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami. Formulir hanya seharusnya meminta data yang benar-benar diperlukan, dan alasan penggunaan data perlu disampaikan pada konteks yang tepat. Permintaan izin yang panjang dan penuh istilah hukum cenderung tidak dibaca, sehingga pengguna memberikan persetujuan tanpa pemahaman. Desain yang etis membagi informasi secara bertahap, menyediakan pilihan yang jelas, dan tidak mengarahkan pengguna untuk menyetujui sesuatu yang tidak mereka kehendaki. Fitur seperti autentikasi tambahan juga harus dirancang agar aman tanpa menimbulkan hambatan berlebihan. Keseimbangan antara keamanan dan kemudahan perlu diuji berdasarkan risiko transaksi serta karakteristik pengguna.

Kepercayaan berlanjut setelah pembayaran selesai. Pengguna membutuhkan konfirmasi pesanan, estimasi pengiriman, nomor pelacakan, informasi perubahan status, dan prosedur ketika barang terlambat atau tidak sesuai. Ketidakjelasan pascatransaksi dapat merusak pengalaman positif yang telah dibangun pada tahap sebelumnya. Oleh karena itu, UI/UX harus mencakup keseluruhan perjalanan pelanggan, bukan berhenti pada konversi. Pusat bantuan, formulir pengaduan, riwayat percakapan, dan kebijakan pengembalian harus mudah ditemukan serta memberikan ekspektasi waktu penyelesaian. Platform yang mampu menangani masalah secara transparan dapat mempertahankan kepercayaan meskipun terjadi kegagalan layanan, sedangkan platform yang menyembunyikan akses bantuan berisiko kehilangan pengguna secara permanen.

3.6. Kepuasan, Niat Pembelian, Penggunaan Ulang, dan Loyalitas

Hubungan antara kualitas UI/UX dan keberhasilan bisnis paling sering dijelaskan melalui kepuasan pengguna. Kepuasan terbentuk ketika pengalaman aktual memenuhi atau melampaui harapan pengguna mengenai kemudahan, kecepatan, keamanan, dan kenyamanan. Penelitian pada TikTok Shop dan Tokopedia menunjukkan bahwa kualitas antarmuka serta pengalaman pengguna berhubungan dengan kepuasan, sedangkan kepuasan selanjutnya mendukung niat menggunakan kembali [1], [2]. Penelitian mengenai Tokopedia juga menempatkan kepuasan sebagai mediator yang menghubungkan elemen UI/UX dengan loyalitas [5]. Temuan tersebut penting karena desain tidak selalu memengaruhi loyalitas secara langsung; pengaruhnya terjadi melalui serangkaian pengalaman yang konsisten dan bernilai.

Niat pembelian dipengaruhi oleh kemampuan aplikasi mengurangi hambatan pada proses pengambilan keputusan. Informasi produk yang lengkap, perbandingan yang mudah, ulasan yang dapat dipercaya, dan alur checkout yang ringkas membantu pengguna bergerak dari minat menjadi tindakan. Penelitian pada Shopee menekankan pengaruh prinsip usability terhadap minat beli konsumen [6]. Dalam praktik, usability meningkatkan kemungkinan transaksi karena pengguna dapat memahami produk, menilai risiko, dan menyelesaikan pembayaran tanpa gangguan. Namun, desain tidak boleh memaksa pembelian melalui manipulasi. Konversi yang sehat berasal dari pengalaman yang membantu pengguna mengambil keputusan yang sesuai, sehingga kemungkinan penyesalan dan pengembalian produk juga dapat dikurangi.

Penggunaan ulang membutuhkan nilai yang konsisten pada beberapa kunjungan. Pengguna yang telah memahami pola navigasi akan kembali apabila aplikasi mampu menghemat waktu dan mempertahankan kualitas layanan. Fitur seperti daftar favorit, pembelian ulang, riwayat pesanan, alamat tersimpan, dan rekomendasi yang relevan dapat meningkatkan efisiensi bagi pengguna lama. Akan tetapi, personalisasi harus dapat dikendalikan dan tidak menimbulkan kesan pengawasan berlebihan. Pengguna perlu mengetahui mengapa rekomendasi muncul dan

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

memiliki pilihan untuk mengubah preferensi. Pengalaman yang menghormati kendali pengguna cenderung membangun hubungan jangka panjang dibandingkan pengalaman yang hanya mengejar transaksi sesaat.

Loyalitas pada platform e-commerce bersifat lebih kompleks karena pengguna dapat menggunakan beberapa aplikasi sekaligus. Diskon dapat menarik pengguna sementara, tetapi tidak selalu menciptakan loyalitas apabila pengalaman dasar buruk. UI/UX berperan dalam menciptakan biaya perpindahan yang positif berupa kenyamanan, kebiasaan, dan kepercayaan, bukan hambatan buatan. Ketika pengguna yakin bahwa pencarian mudah, pembayaran aman, dan masalah dapat diselesaikan, mereka memiliki alasan untuk menjadikan platform sebagai pilihan utama. Loyalitas juga dipengaruhi oleh pengalaman pascatransaksi, kualitas dukungan, dan konsistensi layanan. Oleh sebab itu, indikator keberhasilan sebaiknya tidak hanya menghitung pemasangan aplikasi atau kunjungan, tetapi juga penggunaan ulang, penyelesaian transaksi, retensi, dan rekomendasi.

Analisis hubungan UI/UX dengan kinerja bisnis perlu berhati-hati terhadap faktor lain. Harga, ketersediaan produk, promosi, kualitas penjual, logistik, dan reputasi merek juga memengaruhi kepuasan serta keputusan pembelian. Desain yang baik tidak dapat sepenuhnya menggantikan produk yang buruk atau pengiriman yang tidak andal. Sebaliknya, layanan yang baik dapat kurang berhasil apabila antarmukanya menghambat pengguna. Karena itu, UI/UX sebaiknya dipandang sebagai pengungkit yang meningkatkan kemampuan sistem bisnis menyampaikan nilai kepada pelanggan. Evaluasi yang kuat perlu mengontrol atau setidaknya mempertimbangkan faktor non-desain agar pengaruh UI/UX tidak dinilai secara berlebihan maupun diremehkan.

3.7. Efektivitas User-Centered Design, Human-Centered Design, dan Design Thinking

Berbagai artikel dalam tinjauan menggunakan pendekatan yang menempatkan pengguna sebagai pusat proses perancangan. User-Centered Design, Human-Centered Design, Design Thinking, dan Lean User Experience memiliki istilah serta tahapan yang berbeda, tetapi berbagi prinsip utama: masalah harus dipahami dari perspektif pengguna, solusi perlu diuji sebelum dikembangkan penuh, dan desain harus diperbaiki secara iteratif. Penerapan pendekatan tersebut terlihat pada penelitian PT Total Karya Berkah, Kopi Kita, Maka Studio, Citra Cake, PT Takbir Sukma Trada Indonesia, dan Toko Aema [3], [4], [7], [9], [13], [15]. Hasil yang dilaporkan menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna membantu menghasilkan sistem yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan lebih mudah digunakan.

Tahap awal yang penting adalah riset pengguna. Pengembang perlu mengetahui siapa pengguna utama, perangkat yang digunakan, tujuan, hambatan, tingkat literasi digital, serta konteks transaksi. Data dapat dikumpulkan melalui wawancara, observasi, survei, analisis keluhan, dan data perilaku. Temuan kemudian dirangkum dalam persona, skenario, atau peta perjalanan pengguna. Artefak tersebut bukan tujuan akhir, melainkan alat untuk menjaga keputusan desain tetap berhubungan dengan kebutuhan nyata. Tanpa riset, tim cenderung merancang berdasarkan asumsi internal, kebiasaan pribadi, atau mengikuti kompetitor tanpa memahami alasan di balik suatu pola.

Prototipe memungkinkan ide diuji dengan biaya lebih rendah sebelum menjadi kode produksi. Pada tahap awal, sketsa atau wireframe dapat digunakan untuk menguji struktur informasi dan urutan tugas. Prototipe interaktif kemudian membantu menilai kejelasan tombol, respons sistem, serta alur transaksi. Pengujian sebaiknya memberi tugas yang realistis, misalnya mencari produk dalam batas harga tertentu, memilih variasi, menggunakan voucher, dan menyelesaikan pembayaran. Pengamat perlu mencatat keberhasilan tugas, waktu, kesalahan, keraguan, dan komentar pengguna. Masalah yang ditemukan harus diterjemahkan menjadi prioritas perbaikan berdasarkan tingkat dampak dan frekuensi, bukan hanya preferensi estetika.

Pendekatan iteratif juga relevan setelah aplikasi diluncurkan. Perubahan perilaku pengguna, penambahan metode pembayaran, aturan promosi, dan perkembangan perangkat dapat membuat desain yang sebelumnya efektif menjadi kurang sesuai. Evaluasi berkelanjutan dapat menggunakan analitik, survei kepuasan, pengujian usability, laporan layanan pelanggan, serta eksperimen terkontrol. Penelitian pada aplikasi Diabeats menekankan pentingnya proses pengembangan iteratif agar aplikasi tetap selaras dengan kebutuhan yang dinamis [12]. Namun, iterasi harus dikelola dengan desain sistem yang konsisten. Perubahan cepat tanpa dokumentasi dapat menghasilkan komponen yang berbeda-beda dan menurunkan kualitas pengalaman.

Keterlibatan pengguna tidak berarti setiap permintaan harus diterapkan. Pengguna dapat menyampaikan solusi yang beragam atau bertentangan, sedangkan tim tetap bertanggung jawab memahami masalah yang mendasari. Data kualitatif perlu dipadukan dengan tujuan bisnis, keterbatasan teknis, risiko keamanan, dan dampak terhadap kelompok pengguna lain. Tim juga perlu menghindari bias sampel, misalnya hanya menguji kepada pengguna yang sangat terampil atau pelanggan paling aktif. Pendekatan berpusat pada manusia menjadi efektif apabila prosesnya sistematis, inklusif, dan menghasilkan keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

3.8. Implikasi bagi Platform Besar, UMKM, dan Pengembangan Produk

Temuan literatur menunjukkan bahwa prinsip UI/UX berlaku pada berbagai skala bisnis, tetapi cara penerapannya perlu disesuaikan. Platform besar seperti Tokopedia, Shopee, dan TikTok Shop mengelola jumlah fitur, kategori, penjual, dan transaksi yang sangat besar. Tantangan utamanya adalah menjaga konsistensi, mengurangi kompleksitas, dan memastikan perubahan tidak mengganggu kebiasaan jutaan pengguna. Platform besar juga memiliki data yang cukup untuk melakukan segmentasi, eksperimen, dan personalisasi. Namun, banyaknya data tidak otomatis menghasilkan pengalaman yang baik apabila metrik bisnis jangka pendek lebih dominan daripada kebutuhan pengguna. Desain perlu menjaga keseimbangan antara promosi, monetisasi, dan kejelasan alur utama [1], [2], [5], [6].

UMKM dan perusahaan lokal menghadapi keterbatasan sumber daya, tetapi memiliki peluang untuk membangun pengalaman yang lebih fokus. Penelitian pada Kopi Kita, FURN, LeePoure, Citra Cake, dan PT Total Karya Berkah memperlihatkan bahwa website atau aplikasi e-commerce dapat digunakan untuk memperjelas informasi produk, menyederhanakan pemesanan, memperkuat identitas merek, serta memperluas pasar [7], [8], [9], [11], [13]. Bagi bisnis kecil, prioritas awal sebaiknya diberikan pada perjalanan inti: menemukan produk, memahami penawaran, menghubungi penjual bila diperlukan, melakukan pembayaran, dan menerima kepastian pesanan. Fitur tambahan dapat dikembangkan setelah alur dasar stabil dan telah terbukti dibutuhkan.

Penerapan UI/UX pada UMKM tidak harus dimulai dari investasi teknologi yang besar. Audit sederhana terhadap konten, navigasi, formulir, dan respons perangkat seluler dapat menemukan masalah yang berdampak tinggi. Pengujian dengan lima sampai beberapa pengguna yang mewakili pelanggan utama sering mampu mengungkap hambatan penting. Bisnis juga dapat memanfaatkan sistem desain, komponen siap pakai, dan layanan pembayaran yang terpercaya untuk mengurangi biaya. Namun, penggunaan templat perlu disesuaikan dengan konteks produk dan karakter pengguna. Menyalin tampilan platform besar tanpa mempertimbangkan kebutuhan lokal dapat menghasilkan sistem yang terlalu rumit.

Dari perspektif pengembangan produk, UI/UX perlu diterjemahkan menjadi peta jalan yang terukur. Masalah yang menghambat transaksi, menyebabkan kesalahan, atau mengurangi kepercayaan harus mendapat prioritas lebih tinggi daripada perubahan kosmetik. Tim dapat mengelompokkan inisiatif ke dalam perbaikan cepat, pengembangan menengah, dan perubahan struktural. Setiap inisiatif perlu memiliki hipotesis, indikator keberhasilan, serta mekanisme evaluasi. Misalnya, penyederhanaan formulir alamat dapat diukur melalui tingkat penyelesaian, waktu pengisian, dan jumlah kesalahan. Pendekatan ini menjadikan desain lebih mudah dipahami oleh manajemen karena hubungannya dengan hasil pengguna dan bisnis terlihat jelas.

Kolaborasi lintas fungsi menjadi syarat agar keputusan desain dapat diterapkan secara konsisten. Desainer membutuhkan masukan dari pengembang, pemasaran, layanan pelanggan, keamanan, operasi, dan pemilik produk. Keluhan pelanggan dapat mengungkap masalah yang tidak terlihat dalam analitik, sedangkan data transaksi dapat menunjukkan titik pengabaian yang perlu diteliti lebih lanjut. Keamanan dan kepatuhan perlu dilibatkan sejak awal agar perlindungan data tidak ditambahkan secara mendadak. Kolaborasi yang baik juga mencegah desain menjadi kompromi yang tidak jelas, karena setiap keputusan dapat ditelusuri pada kebutuhan pengguna, tujuan bisnis, dan keterbatasan sistem.

3.9. Kerangka Evaluasi Keberhasilan UI/UX pada E-Commerce

Berdasarkan sintesis, keberhasilan UI/UX dapat dievaluasi melalui beberapa dimensi yang saling melengkapi. Dimensi pertama adalah efektivitas, yaitu apakah pengguna mampu menyelesaikan tugas yang ditetapkan. Dimensi kedua adalah efisiensi, yaitu waktu, langkah, dan usaha yang diperlukan. Dimensi ketiga adalah kepuasan, yaitu persepsi kenyamanan, kemudahan, dan kesesuaian dengan harapan. Dimensi keempat adalah kepercayaan, yang tercermin dari rasa aman serta keyakinan terhadap informasi dan transaksi. Dimensi kelima adalah dampak bisnis, seperti penyelesaian checkout, pembelian ulang, retensi, dan loyalitas. Menggunakan satu dimensi saja dapat menghasilkan kesimpulan yang menyesatkan; sebuah desain dapat terlihat menarik tetapi memiliki tingkat kegagalan tugas tinggi, atau efisien tetapi menimbulkan rasa tidak aman.

Pengukuran kuantitatif dapat mencakup tingkat keberhasilan tugas, waktu penyelesaian, tingkat kesalahan, jumlah langkah, konversi, pengabaian keranjang, retensi, dan skor usability. System Usability Scale dapat digunakan untuk memperoleh gambaran persepsi kegunaan secara ringkas, sebagaimana diterapkan pada penelitian PT Takbir Sukma Trada Indonesia dan Maka Studio [3], [4]. Penelitian Toko Aema juga melaporkan persentase keberhasilan pengujian prototipe untuk pengguna dan admin [15]. Walaupun indikator tersebut berguna, angka harus diinterpretasikan dalam konteks tugas, karakteristik peserta, dan kondisi pengujian. Skor tinggi pada prototipe terbatas belum tentu menjamin performa yang sama setelah sistem digunakan pada skala besar.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Data kualitatif diperlukan untuk menjelaskan penyebab di balik angka. Rekaman sesi, komentar pengguna, wawancara, dan analisis keluhan dapat menunjukkan istilah yang membingungkan, kekhawatiran keamanan, atau alasan pengguna meninggalkan transaksi. Metode think-aloud membantu mengungkap proses berpikir pengguna selama menyelesaikan tugas, tetapi dapat memengaruhi kecepatan. Observasi alami memberi konteks yang lebih realistis, namun lebih sulit dikendalikan. Oleh sebab itu, evaluasi sebaiknya menggunakan triangulasi, yaitu memadukan beberapa metode agar temuan tidak bergantung pada satu sumber data.

Eksperimen A/B dapat membantu menguji perubahan pada pengguna nyata, tetapi memerlukan hipotesis yang jelas dan ukuran keberhasilan yang tidak sempit. Peningkatan klik pada tombol promosi belum tentu positif apabila menghasilkan pembatalan, keluhan, atau penurunan kepercayaan. Tim perlu memantau dampak jangka pendek dan jangka panjang, serta memastikan kelompok pengguna tidak dirugikan. Perubahan yang berkaitan dengan keamanan, aksesibilitas, atau persyaratan hukum tidak selalu tepat diuji hanya berdasarkan konversi. Dalam kasus tersebut, standar etika dan kepatuhan harus menjadi batas keputusan.

Kerangka evaluasi yang praktis dapat dilakukan dalam siklus: mengidentifikasi masalah, menetapkan tujuan, menentukan indikator, mengembangkan solusi, menguji, meluncurkan secara terbatas, dan memantau hasil. Dokumentasi setiap siklus membantu organisasi belajar dari keputusan sebelumnya. Masalah yang berulang dapat dimasukkan ke dalam desain sistem atau pedoman konten sehingga tidak perlu diselesaikan satu per satu. Dengan cara ini, evaluasi UI/UX berkembang dari kegiatan proyek menjadi proses peningkatan mutu. Kerangka tersebut relevan bagi platform besar maupun UMKM karena dapat disesuaikan dengan sumber daya yang tersedia.

3.10. Kesenjangan Penelitian dan Arah Pengembangan Selanjutnya

Meskipun hasil literatur menunjukkan pengaruh positif UI/UX, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Artikel yang ditinjau menggunakan objek, metode, ukuran sampel, dan indikator yang berbeda sehingga hasilnya tidak selalu dapat dibandingkan secara langsung. Sebagian penelitian berfokus pada persepsi pengguna setelah melihat prototipe, sedangkan penelitian lain mengukur pengalaman pada aplikasi yang telah digunakan. Perbedaan tersebut memengaruhi kekuatan kesimpulan. Selain itu, banyak studi menggunakan desain potong lintang sehingga hubungan antara kepuasan, penggunaan ulang, dan loyalitas belum selalu diuji dalam jangka panjang. Kajian berikutnya perlu menjelaskan konteks pengujian secara lebih rinci agar hasil dapat direplikasi dan dibandingkan.

Penelitian longitudinal diperlukan untuk memahami bagaimana pengalaman berubah setelah pengguna terbiasa dengan aplikasi. Fitur yang dianggap membingungkan pada awal penggunaan dapat menjadi efisien setelah dipelajari, sedangkan desain yang awalnya menarik dapat menimbulkan kelelahan karena promosi berlebihan. Studi jangka panjang juga dapat menilai apakah peningkatan usability benar-benar menghasilkan retensi dan loyalitas, bukan hanya kepuasan sesaat. Data perilaku perlu dipadukan dengan survei dan wawancara untuk membedakan antara pengguna yang berhenti karena desain, harga, kualitas produk, atau faktor eksternal.

Konteks budaya, usia, literasi digital, kondisi ekonomi, dan akses perangkat juga perlu mendapat perhatian lebih besar. Pola desain yang efektif pada pengguna perkotaan dengan perangkat terbaru belum tentu sesuai bagi pengguna di wilayah dengan koneksi terbatas atau pengalaman digital yang rendah. Penelitian komparatif dapat menguji kebutuhan kelompok pengguna yang berbeda, termasuk lansia dan penyandang disabilitas. Aspek aksesibilitas masih relatif kurang dibahas dalam artikel yang ditinjau, padahal memiliki dampak terhadap inklusivitas dan jangkauan pasar. Pengembangan selanjutnya perlu memasukkan standar aksesibilitas sebagai bagian dari evaluasi, bukan sebagai pemeriksaan tambahan setelah produk selesai.

Perkembangan kecerdasan buatan, rekomendasi otomatis, chatbot, pencarian berbasis bahasa alami, dan personalisasi menciptakan peluang sekaligus risiko baru bagi UX e-commerce. Sistem dapat membantu pengguna menemukan produk lebih cepat, tetapi juga dapat menimbulkan ketidakjelasan mengenai alasan rekomendasi, penggunaan data, dan kemungkinan bias. Desain perlu memberikan transparansi, pilihan kendali, serta mekanisme koreksi. Penelitian masa depan perlu menilai bukan hanya akurasi algoritma, tetapi juga tingkat kepercayaan, pemahaman, dan kemampuan pengguna mengendalikan pengalaman. Isu dark patterns, privasi, dan desain persuasif juga semakin penting agar peningkatan konversi tidak dicapai dengan mengurangi otonomi pengguna.

Berdasarkan keseluruhan sintesis, agenda penelitian berikutnya sebaiknya mengembangkan model evaluasi yang menghubungkan kualitas UI/UX dengan indikator perilaku dan kinerja bisnis secara lebih kuat. Eksperimen lapangan, studi multi-platform, dan analisis lintas waktu dapat memberikan bukti yang lebih kokoh. Penelitian juga perlu melaporkan proses desain, karakteristik peserta, instrumen, serta perubahan yang diuji secara transparan. Bagi praktisi, temuan saat ini sudah cukup untuk menegaskan bahwa navigasi, kejelasan informasi, responsivitas, keamanan, dan pengembangan berpusat pada pengguna merupakan prioritas utama. Namun, penerapannya harus terus disesuaikan melalui evaluasi yang etis, inklusif, dan berkelanjutan.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

4. Kesimpulan

Membangun platform e-commerce bukan hanya tentang menyediakan produk, tetapi juga tentang menciptakan rasa aman dan nyaman melalui desain UI/UX yang intuitif. Antarmuka yang rapi dan pengalaman pengguna yang lancar secara psikologis akan meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama dalam meyakinkan mereka bahwa platform tersebut kredibel dan memiliki sistem keamanan yang terjamin. Dengan memprioritaskan akses mudah dan perlindungan data pengguna, sebuah platform tidak hanya dapat menarik pelanggan baru tetapi juga mempertahankan loyalitas mereka, memastikan keberlangsungan bisnis di tengah persaingan ketat di pasar digital. Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai referensi yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa implementasi User Interface (UI) dan User Experience (UX) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, niat pembelian, dan loyalitas pengguna pada platform e-commerce. Faktor-faktor seperti kemudahan navigasi, desain antarmuka yang menarik, efisiensi penggunaan, dan pengalaman pengguna yang nyaman merupakan aspek penting dalam meningkatkan interaksi pengguna dengan platform digital [1], [6]. Penelitian pada platform-platform besar seperti Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia menunjukkan bahwa kualitas UI/UX yang baik dapat secara positif memengaruhi kepuasan pengguna dan keputusan pembelian dalam transaksi online. Namun, implementasi UI/UX yang sukses tidak hanya terbatas pada platform besar. Saat ini, banyak platform e-commerce skala kecil dan bisnis berbasis UMKM juga mampu bersaing dengan menyediakan pengalaman pengguna yang baik, antarmuka yang sederhana namun efektif, dan layanan yang lebih dekat dengan kebutuhan konsumen [5]. Oleh karena itu, kualitas UI/UX dapat menjadi peluang penting bagi berbagai jenis bisnis e-commerce untuk berkembang tanpa hanya bergantung pada skala perusahaan besar. Platform e-commerce kecil dan UMKM masih memiliki peluang untuk menarik dan mempertahankan pengguna jika mereka mampu memahami kebutuhan pengguna dan menyediakan pengalaman digital yang nyaman, efisien, dan mudah digunakan [5], [6].

Referensi

[1] F. R. Seli and M. A. I. Pakereng, “Analisis tingkat kepuasan pengguna TikTok Shop berdasarkan UI/UX menggunakan metode Naïve Bayes,” IT-Explore: Jurnal Penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi, vol. 4, no. 2, pp. 211–220, 2025, doi: 10.24246/itexplore.v4i2.2025.pp211-220.

[2] S. Sahri and N. E. R. Wuryandari, “Pengaruh User Interface dan User Experience pada Customer Satisfaction dan implikasinya pada Intention to Continue to Use Tokopedia,” Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran, vol. 1, no. 2, pp. 80–87, 2023, doi: 10.55583/score.v1i2.756.

[3] E. Yulianti and W. Dari, “Analisis desain UI/UX pada web PT Takbir Sukma Trada Indonesia menggunakan metode Human Centered Design,” ILKOMINFO: Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer dan Informatika, vol. 8, no. 2, pp. 244–252, 2025, doi: 10.47324/ilkominfo.v8i2.331.

[4] Febriansyah, R. D. Arista, and R. R. Putra, “Perancangan UI/UX aplikasi untuk meningkatkan efisiensi pemesanan jasa fotografi terhadap Maka Studio menggunakan metode Design Thinking,” Bulletin of Computer Science Research, vol. 5, no. 2, pp. 150–160, 2025, doi: 10.47065/bulletincsr.v5i2.426.

[5] A. T. Talmera, M. Wardhana, and V. Ratnasari, “Analysis of the impact of UI/UX elements on user satisfaction and loyalty in e-commerce platforms: An empirical study on the Tokopedia platform,” Journal of Social Research, vol. 4, no. 7, pp. 2613–2622, 2025, doi: 10.55182/jjsr.v4i7.2613.

[6] D. T. Nugroho, D. R. Indah, H. Novianti, M. R. Sanjaya, and M. H. Syahbani, “Pengaruh penerapan prinsip-prinsip usability dalam UI/UX terhadap minat beli konsumen di platform Shopee,” Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi, vol. 14, no. 2, pp. 687–701, 2025, doi: 10.32520/stmsi.v14i2.5030.

[7] I. Yudistira, Hermansyah, and H. Wulandari, “Perancangan UI/UX sistem pemesanan produk di PT Total Karya Berkah menggunakan metode User-Centered Design,” Jurnal Minfo Polgan, vol. 13, no. 2, pp. 2592–2603, 2025, doi: 10.33395/jmp.v13i2.14552.

[8] F. A. Burhanudin and Somantri, “Perancangan dan implementasi antarmuka dan pengalaman pengguna pada website e-commerce FURN di PT Nugraha Kreasi Digital,” Jurnal Sains Informatika Terapan, vol. 5, no. 1, pp. 268–272, 2026, doi: 10.33395/jsit.v5i1.268.

[9] R. Nopiyanti and Z. Alamsyah, “Perancangan website e-commerce UMKM Kopi Kita menggunakan metode User-Centered Design,” Jurnal Sains Informatika Terapan, vol. 5, no. 1, pp. 47–53, 2026, doi: 10.33395/jsit.v5i1.47.

[10] F. Yulianingrum, O. Usman, and D. P. Kusumaningtyas, “Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, dan payment flexibility pada aplikasi Shopee terhadap intention to use PayLater services dengan user experience sebagai variabel moderasi,” Musytari: Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi, vol. 22, no. 10, pp. 65–74, 2025, doi: 10.8734/musytari.v112.3.

[11] I. M. Supono and T. Wahyono, “Penerapan desain interaksi pada perancangan e-commerce pabrik sepatu lokal LeePoure sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan,” AITI: Jurnal Teknologi Informasi, vol. 23, no. 1, pp. 31–45, 2026, doi: 10.24246/aiti.v23i1.31-45.

[12] V. A. Prastika and A. Voutama, “Evaluasi keberhasilan scrum dalam pengembangan aplikasi Diabeats sebagai e-commerce pemesanan makanan sehat,” JOISIE: Journal of Information Systems and Informatics Engineering, vol. 9, no. 1, pp. 136–149, 2025, doi: 10.35145/joisie.v9i1.4906.

[13] I. N. Hidayati, M. N. Dasaprawira, and Lasimin, “Perancangan UI/UX aplikasi penjualan Citra Cake dengan fitur kustomisasi kue berbasis metode Design Thinking,” RABIT: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab, vol. 10, no. 2, pp. 383–393, 2025, doi: 10.36341/rabit.v10i2.6027.

[14] Y. Servanda, F. Salsabila, and S. Aisyah, “Analisis UI/UX terhadap kepuasan pelanggan Gacoan dalam sistem informasi,” Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik, vol. 3, no. 1, pp. 1092–1101, 2026, doi: 10.61722/jmia.v3i1.8295.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

[15] A. D. Setyani, A. P. W. Wardhanie, and Sulistiowati, "Perancangan UI/UX aplikasi e-commerce berbasis website pada Toko Aema Kacamata Surabaya menggunakan model Lean User Experience," Jurnal Sistem Informasi dan Komputer Akuntansi, vol. 10, no. 2, pp. 1–10, 2021.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9729
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)