

PERANCANGAN APLIKASI *SOCIAL COMMERCE* BERDASARKAN METODE UJI KUALITAS *WEBQUAL 4.0*

R. Nindyasari^{1*}, Endang Supriyati¹

¹ Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Muria Kudus
Gondangmanis, PO Box 53, Bae, Kudus 59352

*Email: ratih.nindyasari@umk.ac.id

Abstrak

Saat ini berbelanja secara online (*Online Shopping*) merupakan suatu kegiatan transaksi jual beli yang dirasakan memberikan kemudahan dan efisiensi bagi kedua pihak yaitu penjual dan pembeli. Kegiatan jual beli secara online ini dapat dilakukan dengan berbagai hal seperti membangun website secara pribadi, menumpang di salah satu situs jual beli, bahkan juga dengan memanfaatkan sosial media. Transaksi jual beli online dengan melibatkan sosial media ini yang dapat dikatakan sebagai *social commerce*. Pada penelitian kali ini akan buat sebuah desain perancangan atau cetak biru untuk dapat digunakan sebagai acuan dalam pembangunan aplikasi *social commerce*. Perancangan aplikasi ini dibangun dengan mengacu pada sebuah framework kualitas aplikasi *social commerce* yaitu metode *WebQual*. *WebQual* yang digunakan adalah versi 4.0 merupakan salah satu teknik pengukuran kualitas website berdasarkan pada persepsi pengguna. Dengan metode ini diharapkan akan menghasilkan hasil perancangan aplikasi *social commerce* yang berkualitas. Kualitas sebuah website dipengaruhi oleh tiga hal yaitu kualitas sistem (*system quality*), kualitas layanan (*service quality*) dan kualitas informasi (*information quality*). Sehingga sebuah sistem yang baik memungkinkan pengguna agar dapat menggunakan website untuk membantu memecahkan masalah mereka.

Kata kunci: *Social Commerce, WebQual 4.0, Kualitas Website, Online Shopping*

1. PENDAHULUAN

Kegiatan berbelanja secara online (*Online Shopping*) saat ini merupakan suatu kegiatan transaksi jual beli yang dirasakan memberikan kemudahan dan efisiensi bagi kedua pihak yaitu penjual dan pembeli. Kegiatan jual beli secara online ini dapat dilakukan dengan berbagai hal seperti membangun website secara pribadi, menumpang di salah satu situs jual beli, bahkan juga dengan memanfaatkan sosial media. Pemanfaatan sosial media ini yang paling banyak digunakan oleh khususnya penjual sebagai media untuk memperlihatkan produk-produk yang akan ditawarkan. Kegiatan transaksi jual beli online dengan melibatkan sosial media ini yang dapat dikatakan sebagai *social commerce*. Dengan berinteraksi melalui media sosial pihak pembeli akan dengan mudah memberikan kritikan, tanggapan dan masukan sehingga akan memberikan pengaruh (*buying decision*) yang besar kepada calon pembeli lain.

Sebelum marak dengan *social commerce*, didahului oleh *e-commerce*, yaitu dengan melakukan transaksi jual beli secara elektronik. Kemudian seiring dengan makin berkembangnya sosial media, maka terbentuklah istilah *social commerce*. *Social commerce* merupakan bagian dari *e-commerce* dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat langsung pemasaran untuk mendukung keputusan pelanggan, pengambilan proses dan perilaku membeli. Seiring dengan meningkatnya popularitas interaksi sosial dalam situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram telah membuka kesempatan untuk menciptakan model bisnis baru dalam perdagangan elektronik, yang biasa disebut dengan *social commerce* (Puspawati, D., 2015). Dengan terbentuknya model baru ini dimanfaatkan oleh para penjual sebagai instrumen pemasaran dan model bisnis dalam memasarkan produknya.

Berdasarkan perpaduan antara *e-commerce* dan sosial media inilah di hasilkan sebuah website *social commerce* di mana orang dapat berkolaborasi secara online, mendapatkan nasihat dari orang-orang terpercaya, menemukan barang dan jasa, dan kemudian membelinya. Karena website *social commerce* dianggap memiliki peran utama dalam mendukung kegiatan online shopping, maka diperlukan juga suatu website yang berkualitas, efektif dan informatif. Untuk mendapatkan website yang berkualitas ini diperlukan suatu metode yang dapat digunakan sebagai acuan untuk dapat dijadikan tolok ukur mutu. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk merancang sebuah website *social commerce* yang berkualitas adalah Metode *WebQual*. Kualitas

sebuah website dipengaruhi oleh tiga hal yaitu kualitas sistem (*system quality*), kualitas layanan (*service quality*) dan kualitas informasi (*information quality*). Sebuah sistem yang baik memungkinkan pengguna agar dapat menggunakan website untuk membantu memecahkan masalah mereka. Kualitas pelayanan yang baik dapat membantu pengguna mendapatkan kekuatan atau pengaruh penuh dari website dengan cara sesuai dengan harapan mereka. Kualitas informasi menunjukkan sejauh mana isi dari website tersebut tepat waktu (*update*), akurat, dan lengkap. Dalam penelitiannya Supriyati, Endang, 2015 menuliskan bahwa kualitas yang baik dari situs jejaring sosial akan membuat pengguna merasa bahwa situs tersebut adalah sebuah media atau alat yang berguna untuk interaksi sosial, dan dapat mendorong mereka untuk terus menggunakan situs ini dan untuk bertukar informasi.

Ketiga titik utama kualitas pada penjelasan sebelumnya ini merupakan merupakan bagian dimensi variabel yang terdapat pada metode WebQual meliputi : Usability, Information Quality, Service Quality dan Overall, sehingga metode ini dirasa cocok untuk mengembangkan website social commerce. Dengan mengacu pada kualitas website (WebQual) timbul inisiatif pada penelitian kali ini untuk membuat suatu perancangan aplikasi social commerce dengan menerapkan metode WebQual.

2. METODOLOGI

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang alur atau tahapan yang akan dilakukan dalam pelaksanaan penelitian. Adapun tahapan yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data dan *study literatur*.
2. Analisis desain prinsip *website social commerce*.
3. Perancangan *software* atau aplikasi yang meliputi, *Sistem Design*, dan desain testing.



Gambar 1. Alur Metodologi Penelitian

2.1 Pengumpulan Data dan Studi Literatur

Tahap metode pengumpulan data merupakan bagian dari kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh data dari sampel atau objek penelitian yang akan dipilih. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara dan peneliti menjelaskan cara-cara yang digunakan untuk menganalisa data. Adapun diantaranya adalah :

a. Study Literatur

Dalam tahap ini mencari referensi yang terkait dan menghimpun data atau sumber-sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian. Studi literatur bisa didapat dari berbagai sumber, jurnal, buku dokumentasi, internet dan pustaka.

2.2 Analisis Desain Prinsip Website Social Commerce

Tahapan ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis apa saja yang akan menjadi point penentu kualitas *website social commerce*, dalam segi apakah *website social commerce* ditonjolkan dan dampak apa yang dihasilkan berdasarkan kelebihan website bagi konsumen.

a. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode untuk mencari dokumen atau data-data yang dianggap penting melalui artikel koran atau majalah, jurnal, pustaka, brosur, buku dokumentasi serta melalui media elektronik yaitu internet, yang ada kaitannya dengan diterapkannya penelitian ini.

b. Observasi

Dalam metode observasi ini peneliti melakukan pengamatan untuk memperoleh data secara langsung ke objek sehingga dapat ditarik kesimpulan dari data yang diteliti. Dalam hal ini penulis mengamati proses kerja, fitur dan kelebihan *website social commerce* yang sudah ada yang nantinya sebagai bahan acuan untuk pengembangan aplikasi yang akan dibuatnya.

2.3 Perancangan Software/Aplikasi

Pada tahap perancangan ini akan dilakukan beberapa sub tahapan yaitu : Membuat desain perancangan sistem, membuat desain perancangan basis data serta membuat desain untuk melakukan uji coba atau testing.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Sistem

Pada tahap analisis ini akan dilakukan dengan cara mengumpulkan kebutuhan-kebutuhan yang akan digunakan untuk membangun aplikasi social commerce berdasarkan pada metode WebQual. Dengan mengacu pada metode ini diharapkan aplikasi social commerce yang dihasilkan akan sesuai dengan kualitas yang diharapkan oleh pengguna. Berikut ini adalah area dimensi yang terdapat dalam metode WebQual, adalah sebagai berikut :

1. Dimensi kemudahan pengguna, dimensi ini memiliki atribut-atribut yang digunakan untuk mengetahui seberapa mudah pengguna mempelajari aplikasi *social commerce*.
2. Dimensi kualitas interaksi layanan, dimensi ini berisi atribut-atribut yang digunakan untuk mengetahui seberapa tingkat keamanan transaksi, ketersediaan ruang bagi suatu komunitas tertentu, serta mampu memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.
3. Dimensi kualitas informasi, dimensi ini berisi atribut-atribut yang digunakan untuk mengetahui seberapa mudah pengguna dapat mengakses informasi, ketepatan dan keakuratan layanan informasi yang disampaikan.
4. Dimensi kualitas antarmuka pengguna, dimensi ini berisi atribut-atribut yang digunakan untuk mengetahui tentang tampilan antar muka, seperti ketepatan gambar, jenis huruf, ukuran huruf, navigasi, maupun tata letak.

3.2. Perancangan Sistem

Pada sub bagian perancangan ini akan ditampilkan hasil desain perancangan dari aplikasi *social commerce* yang akan dibangun. Desain perancangan ini meliputi *usecase diagram*, *Activity diagram* untuk masing-masing proses, dan *class diagram*.

1. *Usecase Diagram*

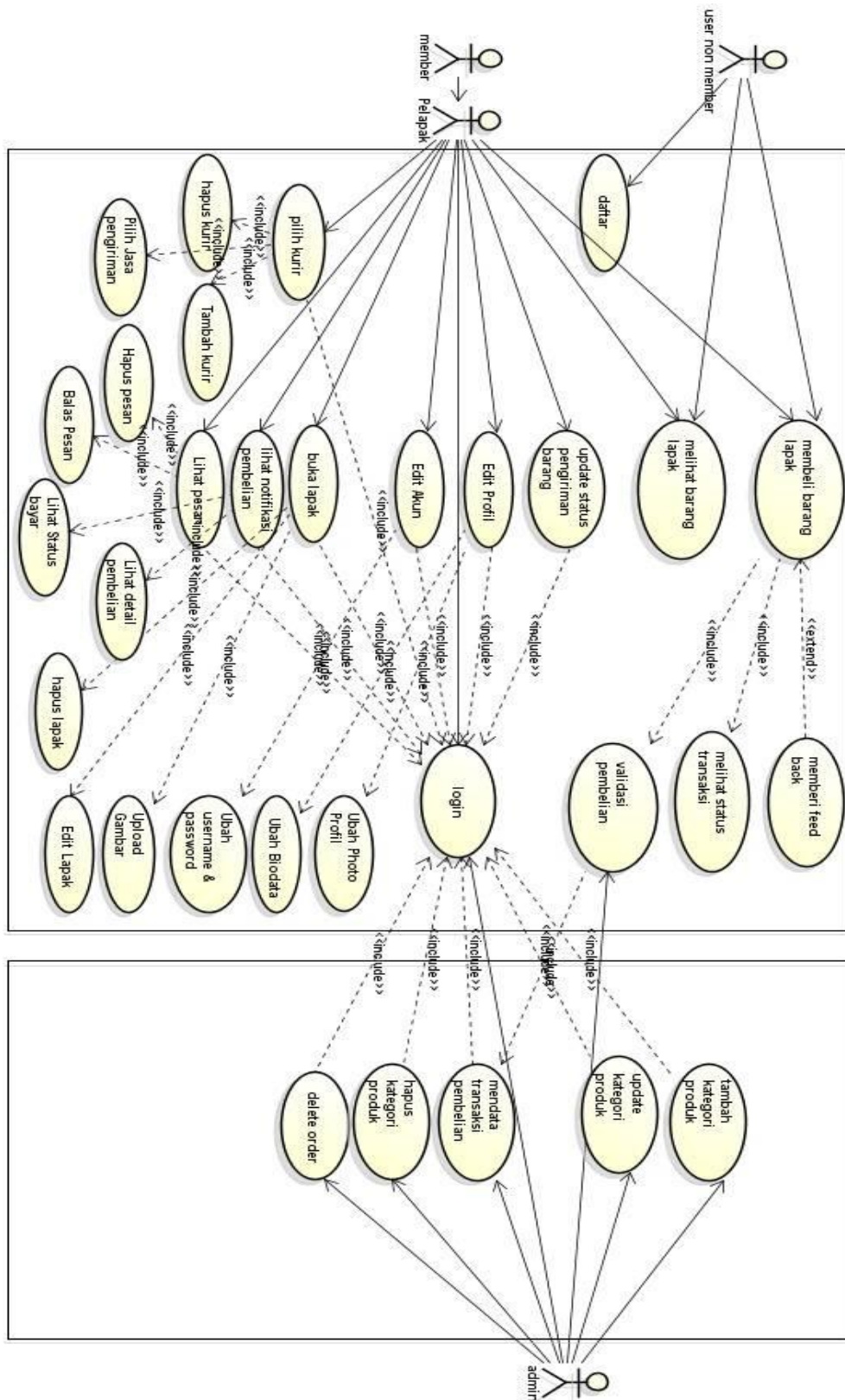
Usecase diagram ini digunakan untuk menggambarkan proses apa saja yang ada di aplikasi *social commerce*. *Usecase diagram* aplikasi *social commerce* dapat dilihat pada Gambar 2. Pada *usecase diagram* terdapat beberapa proses utama yaitu *login*, daftar, profil, beli barang, buka lapak, pilih kurir dan produk.

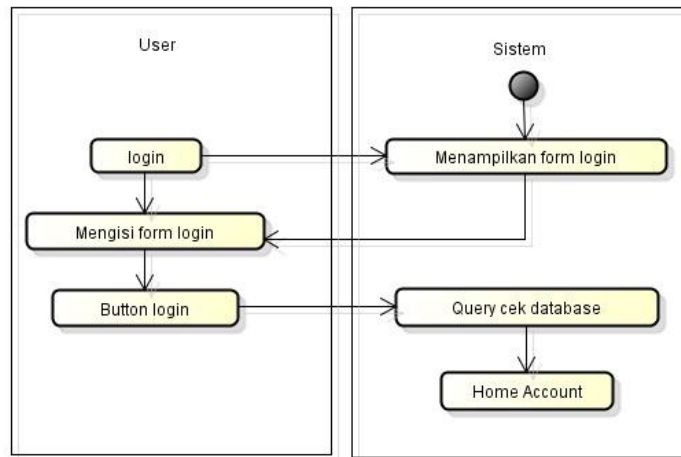
2. *Activity Diagram*

Activity Diagram ini digunakan untuk menjelaskan alur proses yang terdapat di aplikasi *social commerce*. *Activity* dibuat untuk masing-masing proses. Proses *login* dapat dilihat pada Gambar 3, proses daftar pada Gambar 4, proses *edit profil* pada Gambar 5, proses beli barang pada Gambar 6, proses buka lapak pada Gambar 7, proses pilih kurir pada Gambar 8 dan produk pada Gambar 9.

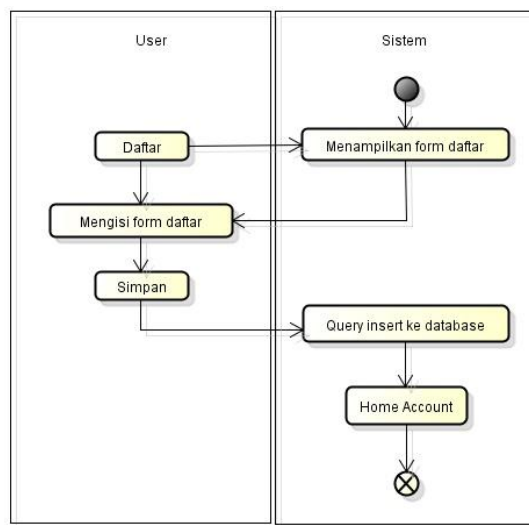
3.3. Desain Antar Muka

Desain *interface* (antar muka) adalah gambaran umum mengenai tampilan sistem yang akan dikerjakan. Gambar 11. adalah desain *interface* dari aplikasi *social commerce*.

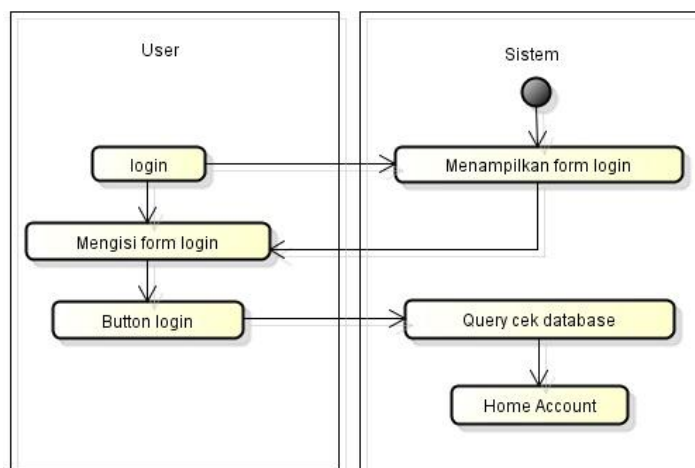




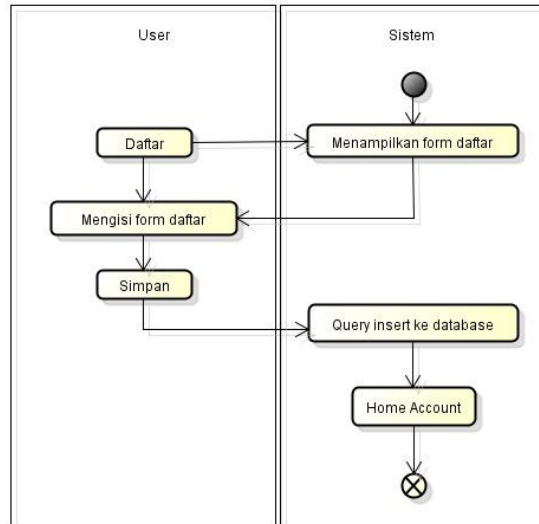
Gambar 3. Activity Diagram Login



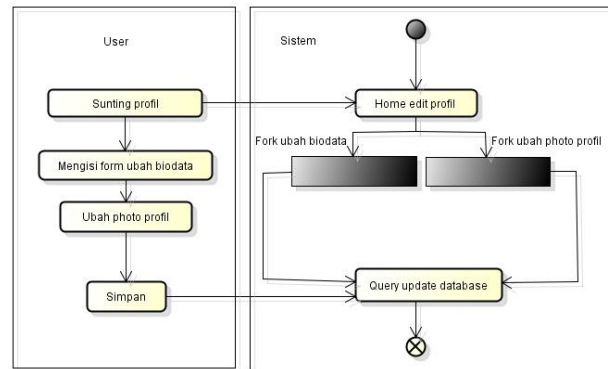
Gambar 4. Activity Diagram Daftar



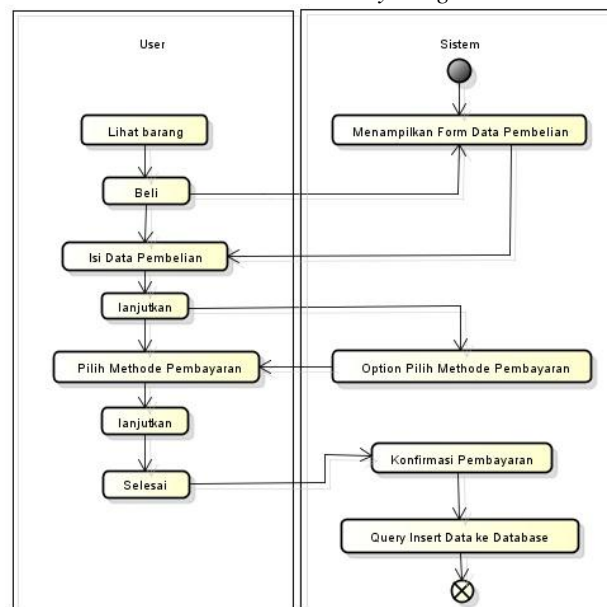
Gambar 3. Activity Diagram Login



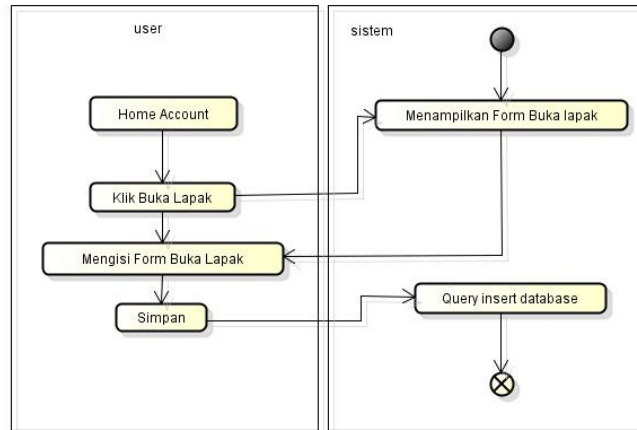
Gambar 4. Activity Diagram Daftar



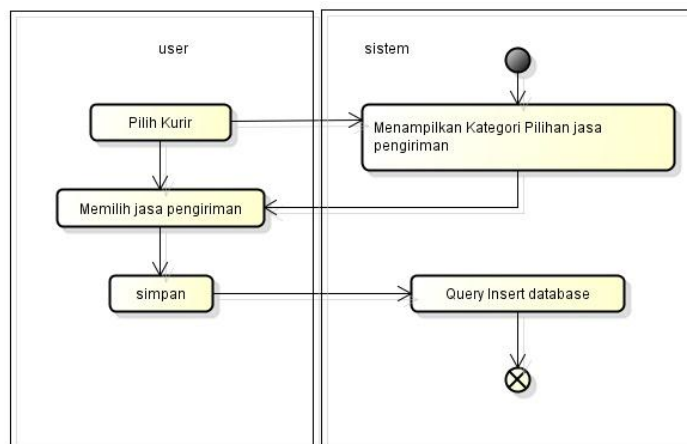
Gambar 5. Activity Diagram Edit Profil



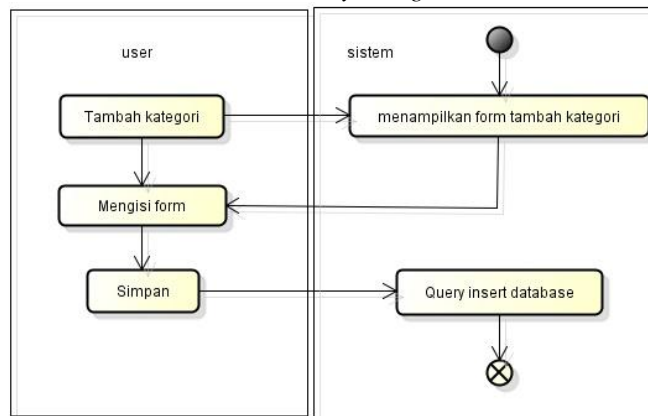
Gambar 6. Activity Diagram Beli Barang



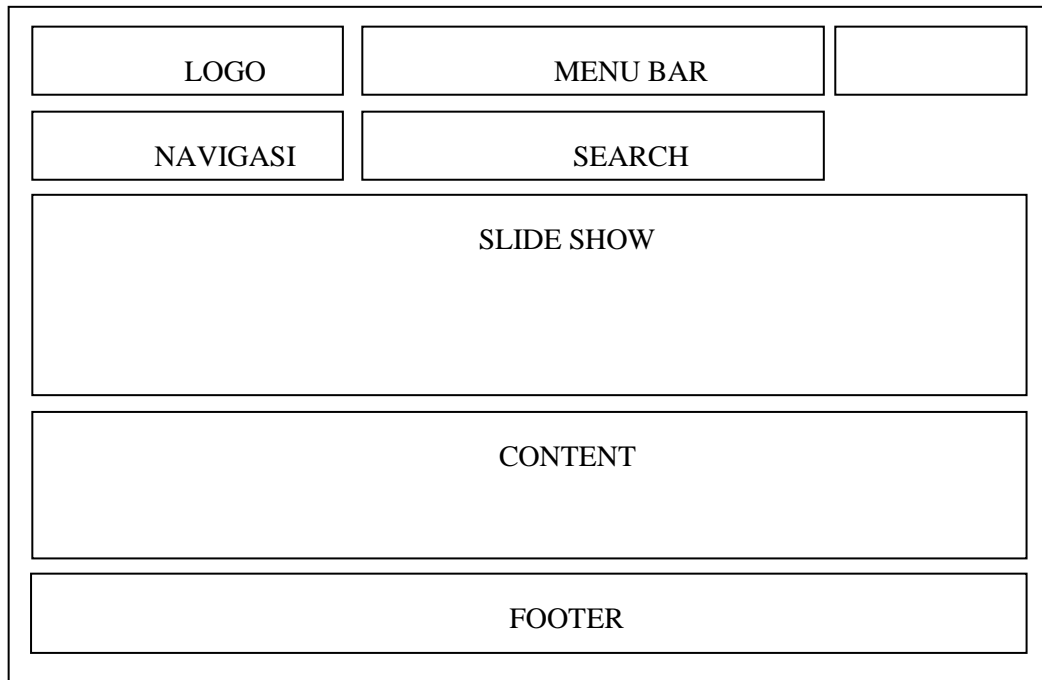
Gambar 7. Activity Diagram Buka Lapak



Gambar 8. Activity Diagram Pilih Kurir



Gambar 9. Activity Diagram Tambah Kategori Menu Produk



3.4. Pengujian dan Testing

Proses pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa aplikasi yang akan dibangun nantinya sesuai dengan yang dibutuhkan. Dalam proses pengujian ini akan memverifikasi hasil analisis dengan hasil implementasi. Setiap proses akan diuji dan dicek sudah sesuai atau belum dengan hasil yang diharapkan. Pada penelitian kali ini akan dilakukan proses uji coba dengan menggunakan dua pendekatan. Pendekatan pertama adalah dari sisi fungsionalitas, menggunakan pengujian *black box*, dan pendekatan kedua adalah dengan melakukan uji kualitas *website* dengan menggunakan menggunakan indikator-indikator yang diperoleh berdasarkan pada atribut-atribut area dimensi metode *WebQual*. Tabel 1 adalah desain matriks pengukuran kualitas *website social commerce* berdasarkan metode *WebQual* yang akan dijadikan sebagai pedoman pengukuran kualitas.

Tabel 1. Matriks Pengukuran Uji Kualitas Website Aplikasi Social Commerce

Desain Prinsip	Atribut/Indikator	Aplikasi Pemanding	Aplikasi yang Dikembangkan
Kualitas Informasi	Akurat		
	Terpercaya		
	Tepat Waktu		
	Relevan		
	Mudah dimengerti		
	Detail		
Kualitas Interaksi Layanan	Format yang tepat		
	Transaksi Aman		
	Informasi pribadi aman		
	Ruang Personalisasi		
	Mudah berkomunikasi dengan organisasi		
Kualitas Antar muka Pengguna	Layanan sesuai dengan yang dijanjikan		
	Gambar tepat		
	Font Tepat		
	Warna sesuai		

Kegunaan	Desain sesuai
	Link bekerja dengan baik
	Proses download dan upload cepat
	Tata letak terstruktur dan konsisten
	Mudah dipelajari
	Interaksi jelas dan mudah dimengerti
	Mudah dinavigasi
	Mudah digunakan
	Bernilai kompetensi
	Tampilan menarik

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada proses perancangan yang telah dilakukan pada pembangunan aplikasi social commerce berdasarkan pada metode uji kualitas website webqual 4.0 maka diperoleh model perancangan yang dapat dilihat pada Gambar 3-11. Dengan menerapkan hasil perancangan aplikasi social commerce ini, nantinya akan diharapkan mampu membangun aplikasi yang berkualitas. Untuk menguji kualitas aplikasi social commerce ini dapat pula menggunakan matriks pengukuran yang terdapat pada Tabel 1. Dengan menggunakan tabel ini diharapkan akan mendapatkan suatu website social commerce yang memenuhi sisi kualitas Informasi, kualitas interaksi layanan, kualitas antar muka pengguna, serta kualitas kegunaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Puspawati, D., 2015, "Pengaruh Dukungan Sosial Dan *Interaktivitas* Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Melalui *Social commerce*", <http://etd.repository.ugm.ac.id/S2-2015-342145-Chapter1.pdf>
- Huang & Benyoucef, 2013. "From E-commerce to Social Commerce : A close look at design features", *Electronic Commerce Research and Applications*, Volume 12, Issue 4, Pages 221-296.
- Supriyati, Endang, 2015. "Studi *Empirik Social Commerce (S-Commerce)* Dari Sudut Pandang Kualitas Website", *Jurnal SIMETRIS*, Vol 6 No 1 [ISSN: 2252-4983].