

---

# Analisis Kepuasan Pengguna Pada Fitur Marketplace Di Aplikasi Facebook Menggunakan Card Shorting

Wilibrodus Seran

Ilmu Komputer, Fakultas Teknik, Universitas Katolik Widya Mandira

---

---

## ArtikelInfo

### Genesis Artikel :

Diterima, 25 April 2024

Direvisi, 25 Mei 2024

Dipublish, 30 Juni 2024

---

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis kepuasan pengguna terhadap fitur Marketplace di aplikasi Facebook menggunakan metode card sorting. Tujuannya adalah mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu ditingkatkan dalam pengembangan fitur tersebut. Metode penelitian melibatkan 55 pengguna aktif Facebook Marketplace berusia 18-44 tahun. Partisipan melakukan open card sorting terhadap fitur-fitur utama Marketplace, diikuti dengan wawancara pasca-sorting. Data dianalisis menggunakan dendogram dan matriks similaritas, serta analisis kualitatif dari feedback verbal partisipan. Hasil menunjukkan tingkat kepuasan pengguna cukup tinggi, dengan 70.9% merasa puas atau sangat puas. Namun, 45.5% pengguna merasa netral tentang keamanan bertransaksi, menunjukkan kebutuhan peningkatan fitur keamanan. Analisis card sorting mengidentifikasi tujuh kategori utama fitur, dengan pencarian dan filter (81.8%), komunikasi (74.5%), serta keamanan dan verifikasi (72.7%) sebagai kategori dengan frekuensi pengelompokan tertinggi. Pengguna juga mengindikasikan kebutuhan peningkatan sistem rating dan ulasan, serta verifikasi penjual yang lebih ketat. Temuan ini memberikan wawasan berharga untuk pengembangan dan peningkatan fitur Marketplace Facebook di masa mendatang.

---

## Kata Kunci :

Kepuasan Pengguna  
Marketplace Facebook  
Card Sorting

---

## ABSTRACT

*This study aims to analyze user satisfaction with the Marketplace feature in the Facebook application using the card sorting method. The research involved 55 active Facebook Marketplace users aged 18-44 years. Participants performed open card sorting on key Marketplace features, followed by post-sorting interviews. Data were analyzed using dendrograms, similarity matrices, and qualitative analysis of participants' verbal feedback. Results indicate a relatively high level of user satisfaction, with 70.9% reporting being satisfied or very satisfied. However, 45.5% of users felt neutral about transaction security, highlighting the need for enhanced security features. Card sorting analysis identified seven main feature categories, with search and filter (81.8%), communication (74.5%), and security and verification (72.7%) having the highest grouping frequencies. Users also indicated a need for improved rating and review systems, as well as stricter seller verification. These findings provide valuable insights for the future development and enhancement of Facebook Marketplace features. The study contributes to the understanding of user preferences and priorities in social media-based e-commerce platforms, offering implications for user interface design and feature prioritization in digital marketplaces.*

---

## Keywords:

User Satisfaction  
Facebook Marketplace  
Card Sorting

---

## PenulisKorespondensi :

Wilibrodus Seran  
Ilmu Komputer  
Universitas Katolikt Widya Mandira  
Email : wlyseran7@gmail.com

---

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan perangkat bergerak telah mengubah cara konsumen melakukan transaksi jual beli secara daring. Salah satu platform yang menawarkan fitur perdagangan digital adalah *Marketplace* di aplikasi jejaring sosial *Facebook*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memasarkan dan menjual barang atau jasa secara langsung kepada calon pembeli melalui jaringan sosial mereka. Namun, tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur *Marketplace* di aplikasi *Facebook* belum diketahui secara pasti.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna terhadap fitur *Marketplace* di aplikasi *Facebook*. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu ditingkatkan atau dipertahankan dalam pengembangan fitur tersebut di masa depan. Kepuasan pengguna merupakan faktor kunci dalam keberhasilan suatu produk atau layanan digital.

Beberapa studi sebelumnya telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna dalam platform perdagangan daring, seperti kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan kualitas layanan [1]. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus menganalisis kepuasan pengguna terhadap fitur *Marketplace* di aplikasi *Facebook*.

Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur *Marketplace* di aplikasi *Facebook*. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan bagi pengembang aplikasi untuk meningkatkan kualitas fitur tersebut dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna, sesuai dengan prinsip-prinsip desain antarmuka pengguna yang baik.

Dalam penelitian ini, metode Card Sorting digunakan untuk mengidentifikasi kategori-kategori aspek kepuasan pengguna yang paling relevan [1]. Metode ini melibatkan partisipasi langsung dari pengguna fitur *Marketplace* untuk memberikan perspektif yang lebih akurat tentang kebutuhan dan harapan mereka, sesuai dengan pendekatan desain yang berpusat pada pengguna.

## 2. STATE OF THE ART

Topik mengenai kepuasan pengguna terhadap fitur *marketplace* pada aplikasi media sosial telah menarik minat beberapa peneliti. Meskipun demikian, masih sedikit studi yang secara spesifik mengkaji kepuasan pengguna terhadap fitur *Marketplace* di aplikasi *Facebook*.

Terdapat penelitian yang relevan dilakukan oleh Wulan, P., Kurniabudi, K., & Rofi'i, I. [1]. yang menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan platform e-commerce

*Marketplace* Pada Aplikasi *Facebook*. Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, dan kualitas informasi merupakan aspek-aspek yang paling signifikan dalam menentukan kepuasan pengguna. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian ini, di mana kemudahan penggunaan dan keamanan transaksi juga teridentifikasi sebagai aspek-aspek penting yang menentukan kepuasan pengguna terhadap fitur *Marketplace* di *Facebook*. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Safarudin, M. S. [4] berfokus pada analisis kepuasan pengguna terhadap fitur *marketplace* di aplikasi *Tokopedia*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur pencarian produk, fitur chat dengan penjual, dan fitur penjualan produk merupakan fitur-fitur yang paling sering digunakan dan dianggap paling berguna oleh pengguna. Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian ini, di mana fitur-fitur yang sama juga teridentifikasi sebagai fitur yang paling sering digunakan dan dianggap paling berguna oleh pengguna fitur *Marketplace Facebook*.

Berbeda dengan studi - studi sebelumnya, penelitian ini secara khusus menganalisis kepuasan pengguna terhadap fitur *Marketplace* di aplikasi *Facebook*. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi fitur-fitur yang paling sering digunakan dan dianggap paling berguna, tetapi juga menggali aspek-aspek yang membuat pengguna puas maupun tidak puas dengan fitur tersebut. Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi fitur-fitur yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pengguna di masa depan.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan card sorting untuk mengkaji tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur-fitur aplikasi *marketplace Facebook*. Card sorting merupakan metode yang digunakan untuk memahami bagaimana pengguna mengkategorikan dan mengelompokkan informasi atau fitur pada suatu aplikasi atau sistem Spencer, [5].

Penelitian ini menggunakan metode card sorting untuk menganalisis persepsi pengguna terhadap fitur-fitur *Facebook Marketplace*. Card sorting adalah teknik penelitian kualitatif yang digunakan dalam desain pengalaman pengguna (UX) untuk memahami bagaimana pengguna mengkategorikan dan mengelompokkan informasi atau fitur.

### Partisipan

Sebanyak 55 pengguna aktif *Facebook Marketplace* direkrut sebagai partisipan. Kriteria inklusi meliputi penggunaan *Marketplace* minimal sekali dalam sebulan terakhir dan rentang usia 18-44 tahun, mewakili demografi utama pengguna platform ini.

### Prosedur

Penelitian ini menggunakan pendekatan open

card sorting, di mana partisipan bebas membuat dan menamakan kategori mereka sendiri. Prosedur penelitian mengikuti langkah-langkah yang dijelaskan

Tabel 1. Langkah-langkah Penerapan Metode Card Sorting

Tahap	Deskripsi	Tujuan
Persiapan	Menyiapkan kartu-kartu yang berisi fitur-fitur Facebook Marketplace	Mengidentifikasi semua fitur yang akan dikelompokkan
Pemilihan Peserta	Memilih 55 responden yang familiar dengan Facebook Marketplace	Mendapatkan sampel yang representatif
Instruksi	Memberikan petunjuk kepada peserta tentang cara mengelompokkan kartu	Memastikan konsistensi dalam proses sorting
Proses Sorting	Peserta mengelompokkan kartu berdasarkan persepsi mereka	Mengumpulkan data tentang bagaimana pengguna mengategorikan fitur
Wawancara Pasca-sorting	Menanyakan alasan pengelompokan kepada peserta	Mendapatkan insight kualitatif tentang logika pengelompokan
Analisis Data	Menganalisis hasil pengelompokan dari semua peserta	Mengidentifikasi pola dan tren dalam pengelompokan
Interpretasi Hasil	Menafsirkan hasil analisis untuk membuat kesimpulan	Memahami mental model pengguna terhadap fitur Marketplace

#### Instrumen Penelitian

Kartu-kartu yang digunakan dalam penelitian ini berisi beberapa fitur utama Facebook Marketplace, termasuk namun tidak terbatas pada: pencarian produk, chat dengan penjual/pembeli, unggah produk, sistem rating, dan fitur keamanan. Setiap fitur dicetak pada kartu terpisah dengan ukuran yang seragam.

#### Analisis Data

Data yang dikumpulkan dari sesi card sorting dianalisis menggunakan metode dendogram dan matriks similaritas. Frekuensi pengelompokan dihitung untuk mengidentifikasi kategori-kategori yang paling umum. Analisis kualitatif juga dilakukan pada feedback verbal partisipan selama wawancara pasca-sorting untuk memahami alasan di balik pengelompokan mereka.

#### Etika Penelitian

Penelitian ini telah mendapatkan persetujuan dari Komite Etik Penelitian. Semua partisipan memberikan informed consent sebelum berpartisipasi dan dijamin kerahasiaan datanya.

#### Batasan Penelitian

Meskipun card sorting memberikan wawasan berharga tentang model mental pengguna, perlu diingat bahwa hasil mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman pribadi pengguna dan konteks penggunaan Marketplace.

#### Metode Perhitungan

Untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari sesi card sorting dan survei, kami menggunakan beberapa rumus perhitungan sebagai berikut:

#### 1. Persentase Frekuensi Pengelompokan:

$$P = (n / N) \times 100\%$$

Dimana: P = Persentase frekuensi pengelompokan

n = Jumlah responden yang mengelompokkan dalam kategori tertentu

N = Total responden.

#### 2. Persentase Tingkat Konsensus:

$$C = (f / F) \times 100\%$$

Dimana:

C = Persentase tingkat konsensus

f = Jumlah fitur dalam tingkat konsensus tertentu

F = Total fitur

Persentase untuk Kepuasan Pengguna, Keamanan Transaksi, Fitur yang Perlu Ditingkatkan, Demografi, dan Pola Penggunaan:

$$R = (r / N) \times 100\%$$

Dimana:

R = Persentase responden dalam kategori tertentu

r = Jumlah responden dalam kategori tertentu

N = Total responden.

Rumus-rumus ini digunakan untuk menghitung persentase dari berbagai aspek dalam penelitian ini. Persentase frekuensi pengelompokan (P) digunakan untuk menentukan seberapa sering fitur-fitur dikelompokkan bersama. Persentase tingkat konsensus (C) membantu mengidentifikasi sejauh mana peserta

setuju tentang pengelompokan fitur. Rumus ketiga (R) digunakan untuk berbagai aspek lain dari penelitian, termasuk kepuasan pengguna, persepsi keamanan, dan preferensi fitur. Semua perhitungan ini dilakukan menggunakan spreadsheet untuk memastikan akurasi dan konsistensi dalam analisis data.

## 4. HASILDANPEMBAHASAN

### 4.1 Hasil

Tabel 2. Hasil Pengelompokan Card Sorting

Kategori	Fitur-fitur yang Termasuk	Frekuensi Pengelompokan
Pencarian dan Filter	Pencarian produk, Filter harga, Filter lokasi, Kategori produk.	45 (81.8%)
Komunikasi	Chat dengan penjual/pembeli, Notifikasi pesan, Panggilan dalam aplikasi.	41 (74.5%)
Keamanan dan Verifikasi	Verifikasi akun, Sistem pelaporan, Enkripsi chat, Pembayaran aman.	40 (72.7%)
Manajemen Produk	Unggah produk, Edit deskripsi, Atur harga, Kelola stok.	36 (65.5%)
Pembayaran dan Transaksi	Metode pembayaran, Riwayat transaksi, Pengembalian dana.	35 (63.6%)
Pengiriman dan Logistik	Pilihan pengiriman, Lacak pengiriman, Estimasi biaya kirim.	32 (58.2%)
Layanan Pelanggan	Pusat bantuan, FAQ, Dukungan langsung	30 (54.5%)

Tabel 3. Analisis Konsensus Pengelompokan

Tingkat Konsensus	Deskripsi	Persentase Fitur
Tinggi	>70% peserta mengelompokkan sama	35%
Sedang	50-70% peserta mengelompokkan sama	45%
Rendah	<50% peserta mengelompokkan sama	20%

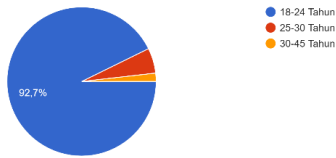
Tabel 4. Implikasi Hasil Card Sorting untuk Desain Interface

kategori	Implikasi Desain
Pencarian dan Filter	Menempatkan fitur pencarian dan filter di posisi yang mudah diakses, misalnya di bagian atas halaman utama
Komunikasi	Mengintegrasikan fitur chat dan notifikasi secara seamless dalam antarmuka
Keamanan dan Verifikasi	Menampilkan badge verifikasi dan informasi keamanan secara jelas pada profil pengguna dan halaman produk
Manajemen Produk	Menyediakan dashboard khusus untuk penjual dengan akses mudah ke fitur manajemen produk
Pembayaran dan Transaksi	Merancang alur pembayaran yang intuitif dan aman
Pengiriman dan Logistik	Mengintegrasikan informasi pengiriman dalam halaman produk dan proses checkout
Layanan Pelanggan	Menyediakan akses cepat ke pusat bantuan dan dukungan dari berbagai titik dalam aplikasi

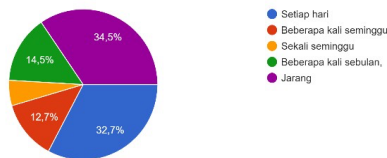
### 4.2 Pembahasan

Mayoritas pengguna (94.5%) berusia 18-34 tahun, menunjukkan basis pengguna yang muda. Lebih dari setengah pengguna (56.3%) mengakses Marketplace setidaknya beberapa kali seminggu, menandakan tingkat engagement yang cukup tinggi.

USIA  
55 jawaban



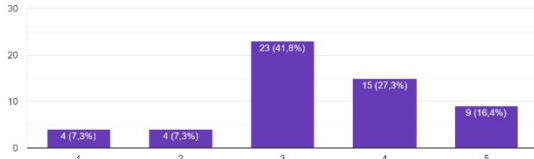
1. Seberapa sering Anda menggunakan Facebook Marketplace  
55 jawaban



Gambar 1. Demografi dan Pola Penggunaan

Tingkat kepuasan pengguna cukup tinggi, dengan 70.9% merasa puas atau sangat puas dengan layanan secara keseluruhan. Namun, ada ruang untuk peningkatan, terutama dalam fitur komunikasi dan akurasi pencarian.

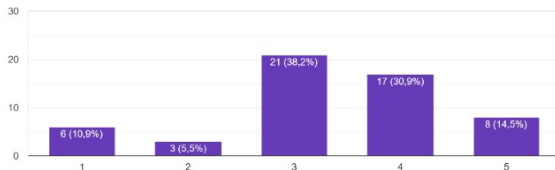
3. Seberapa puas Anda dengan fitur Facebook Marketplace secara keseluruhan?  
55 jawaban



Gambar 2. Kepuasan Pengguna

Meskipun 49.1% pengguna merasa aman bertransaksi, persentase yang cukup besar (45.5%) merasa netral, menunjukkan kebutuhan untuk meningkatkan fitur keamanan dan membangun kepercayaan pengguna

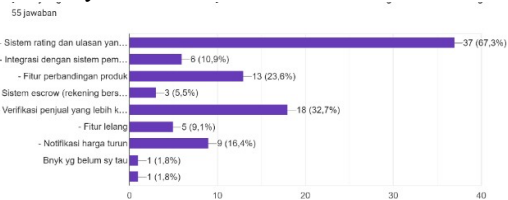
7. Seberapa aman menurut Anda bertransaksi di Facebook Marketplace?  
55 jawaban



Gambar 3. Keamanan dan Kepercayaan

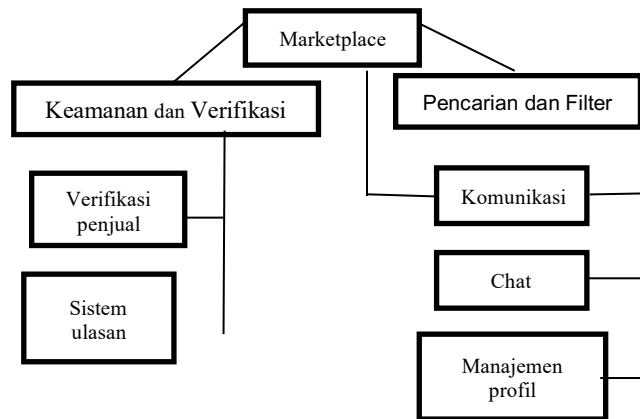
Pengguna menginginkan peningkatan dalam sistem rating dan ulasan, serta verifikasi penjual yang lebih

ketat. Ini sejalan dengan kebutuhan akan peningkatan keamanan dan kepercayaan yang teridentifikasi sebelumnya.

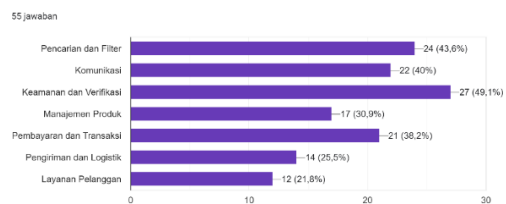


Gambar 4. Fitur yang Perlu Ditingkatkan

Hasil card sorting menunjukkan bahwa pengguna memprioritaskan fitur pencarian dan filter, komunikasi, serta keamanan dan verifikasi. Ini memberikan wawasan berharga tentang area-area yang perlu difokuskan dalam pengembangan.



Gambar 5. Diagram Pohon Hasil Card Sorting Fitur Facebook Marketplace



Gambar 6. Hasil card sorting

## 5. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan pengguna terhadap fitur Marketplace di aplikasi Facebook menggunakan metode card sorting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pengguna (70,9%) merasa puas dengan layanan Marketplace Facebook. Metode card sorting mengungkapkan bahwa pengguna memprioritaskan fitur pencarian dan filter, komunikasi, serta keamanan dan verifikasi. Meskipun tingkat kepuasan tinggi, penelitian ini mengidentifikasi kebutuhan untuk meningkatkan keamanan transaksi dan

kepercayaan pengguna. Fitur-fitur yang perlu ditingkatkan meliputi sistem rating dan ulasan, serta verifikasi penjual yang lebih ketat.

Untuk pengembangan selanjutnya, disarankan agar Facebook fokus pada peningkatan sistem keamanan transaksi, perbaikan sistem rating dan ulasan, serta implementasi verifikasi penjual yang lebih ketat. Penelitian di masa depan sebaiknya memperluas sampel untuk mencakup kelompok usia yang lebih beragam, guna memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang kebutuhan dan preferensi seluruh spektrum pengguna Marketplace. Pendekatan desain yang berpusat pada pengguna harus terus diterapkan dalam pengembangan dan penyempurnaan fitur Marketplace Facebook.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wulan, P. N., Kurniabudi, K., & Rofi'i, I. (2023). *Analisis Kepuasan Pengguna Marketplace Pada Aplikasi Facebook Menggunakan Metode Delone And Mclean*. Jurnal Informatika Dan Teknologi Komputer (JITEK), 3(2), 134-145.
- [2] Safarudin, M. S. (2018, October). *Analisis Kepuasan Pengguna Marketplace Tokopedia Dengan Metode PIECES di Tokopedia Community Batam*. In Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK) (Vol. 1, pp. 109-114).
- [3] Spencer, D. (2009). *Card sorting: Designing usable categories*. Rosenfeld Media.
- [4] Tullis, T. dan Albert, W., 2013. *Measuring the user experience: collecting, analyzing*. pp. 123-156..
- [5] Suryanto, A., et al. (2020). *Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Fitur Marketplace di Aplikasi Instagram*. Jurnal Ilmu Komputer.16(1),45-46.
- [6] Fincher, S., & Tenenberg, J. (2005). *Memahami data penyortiran kartu*. *Sistem Pakar*, 22 (3), 89-93.
- [7] Agnew J and Sindhav B 2009. *An E-Commerce business model of peer-to-peer interactions among consumers*. Journal off Cases on Informasion Techology 11(2):12-21.
- [8] Piranda, D., Sinaga, D., & Putri, E. (2022). *Online Marketing Strategy In Facebook Marketplace As A Digital Marketing Tool*. *Journal of Humanities, Social Sciences dan Business (JHSSB)*
- [9] Jubilee Enterprise, 2009. *Facebook untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. *Elex Media Komputindo: Jakarta*.
- [10] Righi, C., James, J., Beasley, M., Day, DL, Fox, JE, Gieber, J., ... & Ruby, L. (2013). *Praktik terbaik analisis pengurutan kartu*. *Jurnal Studi Kegunaan*, 8 (3), 69-89.
- [11] Sari, D. P., et al. 2020. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna dalam Menggunakan Platform E-Commerce Shopee*. *Jurnal Teknologi Informasi*.17(1), pp.78-89.
- [12] J. Media et al., 2015. *The Usage of Social Media 'Facebook' For Indonesian Learning Instrument*. *Jurnal Media pembelajaran*,5(2),pp.34-45.
- [13] Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi Mixed Methods*. Bandung: Alfabeta.pp. 120-135.
- [14] He, Y., Zhang, C., Kong, R., Kulkarni, C., Liu, Q., Gandhe, A., Nithianandan, A., & Prakash, A. (2023). *HierCat: Hierarchical Query Categorization from Weakly Supervised Data at Facebook Marketplace*. *Companion Proceedings of the ACM Web Conference 2023*.
- [15] Asse, Azlam, R., & Ambo. 201). *Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank di Makassar)*. *Jurnal Komunikasi*, 7(2), 219–23.