

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memanfaatkan marketplace sebagai sarana pemasaran sekaligus membangun interaksi dengan pelanggan dalam menciptakan nilai kreasi bersama. Carousell merupakan salah satu marketplace yang menyediakan fitur komunikasi langsung antara penjual dan pembeli sehingga mendukung penerapan model DART (*Dialogue, Access, Risk Assessment, dan Transparency*). Namun demikian, interaksi pada Eluna Store masih menghadapi kendala berupa dialog yang belum optimal, keterbatasan akses informasi, penilaian risiko transaksi, serta transparansi informasi produk yang berpotensi menghambat terciptanya nilai kreasi bersama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dialog, akses informasi, penilaian risiko, dan transparansi terhadap nilai kreasi bersama pada pembeli Eluna Store di aplikasi Carousell. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 67 responden yang merupakan pembeli Eluna Store di aplikasi Carousell. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dialog, akses informasi, penilaian risiko, dan transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai kreasi bersama. Secara simultan, keempat variabel independen tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai kreasi bersama. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai model DART serta menjadi bahan pertimbangan bagi Eluna Store dalam meningkatkan kualitas interaksi, penyediaan informasi, pengelolaan risiko, dan transparansi guna mengoptimalkan nilai kreasi bersama.

Kata Kunci: Dialog, Akses Informasi, Penilaian Risiko, Transparansi, Nilai Kreasi Bersama.

ABSTRACT

The development of digital technology encourages Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to utilize marketplaces as a marketing tool while building interactions with customers to create co-creation value. Carousell is one marketplace that provides direct communication features between sellers and buyers, thus supporting the implementation of the DART (Dialogue, Access, Risk Assessment, and Transparency) model. However, interactions on Eluna Store still face obstacles in the form of suboptimal dialogue, limited access to information, transaction risk assessment, and transparency of product information that have the potential to hinder the creation of co-creation value. This study aims to analyze the influence of dialogue, information access, risk assessment, and transparency on co-creation value among Eluna Store buyers on the Carousell application. This study uses a quantitative approach by collecting data through distributing questionnaires to 67 respondents who are Eluna Store buyers on the Carousell application. Data were analyzed using multiple linear regression analysis with the help of SPSS software. The results show that partially dialogue, information access, risk assessment, and transparency have a positive and significant effect on co-creation value. Simultaneously, the four independent variables also have a positive and significant effect on co-creation value. The results of this study are expected to enrich the study of the DART model and become a consideration for Eluna Store in improving the quality of interactions, information provision, risk management, and transparency in order to optimize the value of co-creation.

Keywords: Dialogue, Access, Risk Assessment, Transparency, Value Co Creation.