

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan *marketplace* di Indonesia turut mendorong digitalisasi pada berbagai sektor jasa, termasuk jasa *Makeup Artist* (MUA). Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menyatakan bahwa sejak tahun 2020 penggunaan *e-commerce* di Indonesia terus mengalami peningkatan hingga mencapai 58,63 juta pengguna pada tahun 2023 [1]. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai platform *marketplace* yang mempertemukan penyedia jasa dengan pelanggan, termasuk *marketplace* MUA seperti HelloBeauty dan MobileMUA. Kehadiran platform tersebut bertujuan untuk mempermudah pelanggan dalam mencari penyedia jasa sekaligus membantu MUA memperluas jangkauan pasar. Namun, berbagai platform yang tersedia masih belum sepenuhnya mampu memenuhi kebutuhan pengguna, baik dari sisi kelengkapan fitur maupun pengalaman pengguna, sehingga masih diperlukan pengembangan desain aplikasi yang lebih optimal.

Meskipun telah memberikan kemudahan dalam proses pencarian dan pemesanan jasa MUA, platform *marketplace* yang tersedia saat ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Pada *website* HelloBeauty, pengguna yang memilih layanan akan langsung diarahkan ke halaman *checkout* tanpa memperoleh informasi lengkap mengenai portofolio, ulasan, maupun profil penyedia jasa sehingga proses pengambilan keputusan menjadi kurang transparan [2]. Sementara itu, aplikasi MobileMUA masih memiliki beberapa permasalahan pada aspek pengalaman pengguna, seperti alur pemesanan yang kurang mudah dipahami, penggunaan ikon yang kurang konsisten dengan tema aplikasi, serta fitur filter yang belum beragam [3]. Keterbatasan tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat peluang untuk merancang pengalaman pengguna yang lebih baik melalui pendekatan UI/UX yang berpusat pada pengguna.

Kebutuhan terhadap layanan kecantikan semakin meningkat seiring dengan pentingnya penampilan dalam kehidupan sosial. Menurut survei ZAP Beauty Index

pada tahun 2024, sebanyak 96,2% wanita Indonesia mempercayai adanya konsep *beauty privilege* [4]. Hal ini menunjukkan bahwa penampilan memiliki pengaruh sosial yang cukup kuat di masyarakat. *Makeup* memiliki peran penting, tidak hanya untuk mempercantik diri, tetapi juga dalam mendukung aktivitas sosial [5]. Sejalan dengan itu, hasil survei Jakpat pada tahun 2023 menunjukkan bahwa 57% wanita Indonesia menganggap penggunaan *makeup* sebagai hal yang penting, terutama bagi mereka yang aktif di dunia kerja [6]. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap produk dan layanan kecantikan semakin meningkat, sehingga turut mendorong berkembangnya profesi *Makeup Artist* (MUA) sebagai penyedia jasa kecantikan yang membantu klien dalam merias dan menyempurnakan tampilan sesuai kebutuhan [7].

Walaupun profesi *Makeup Artist* (MUA) semakin berkembang, masih banyak kendala yang dihadapi MUA pada saat menjalankan proses bisnisnya. Minimnya digitalisasi yang diadopsi oleh MUA pada saat menjalankan bisnis menjadi kendala utama. Banyak dari MUA yang hanya bergantung kepada media sosial seperti Instagram dan WhatsApp sebagai platform utama untuk memasarkan produk jasanya dan menerima pesanan secara manual, yang rawan menyebabkan *miss* komunikasi antara MUA dengan klien, *double booking*, dan jadwal yang tidak jelas. Proses pembayaran, konfirmasi, dan pencatatan tanggal yang tidak terintegrasi juga dapat menimbulkan masalah. Selain itu, platform *marketplace* MUA yang tersedia saat ini belum mampu mempertemukan klien dengan banyak MUA secara optimal sehingga pelanggan masih mengalami kesulitan ketika harus membandingkan jadwal, lokasi, portofolio, dan *budget* yang sesuai. Kendali lain yang kerap dihadapi adalah MUA pemula kesulitan untuk membuat portofolio digital yang kredibel sehingga kesulitan mendapatkan kepercayaan klien. Hal tersebut terjadi karena portofolio menjadi salah satu media yang digunakan untuk menilai kecocokan antara klien dengan penyedia produk [8]. Oleh karena itu, dibutuhkan desain *marketplace* MUA yang tidak hanya dapat digunakan untuk transaksi, tetapi juga dapat digunakan untuk mengelola jadwal, memuat *review* dari pelanggan, menampilkan portofolio, dan menjadi wadah interaksi antara MUA dan pelanggan. Hal ini berpotensi untuk mengembangkan ekonomi kreatif dengan membantu MUA untuk memperluas jangkauan pasar.

Selain platform yang telah tersedia, beberapa penelitian juga telah mengangkat topik aplikasi di bidang MUA. Salah satunya adalah penelitian dengan judul “*Analysis And Design of Mobile Applications For Make-Up Artist Services (Halomua) With The Design Thinking Framework*”, penelitian ini bertujuan untuk merancang *design* aplikasi yang dikembangkan untuk membantu pengguna dalam menemukan MUA berdasarkan lokasi dan kategori layanan yang diinginkan [9]. Meskipun hasil penelitian ini dapat membantu proses pencarian MUA, namun fitur yang ditawarkan masih terbatas, aplikasi ini belum memiliki fitur yang menampilkan portofolio dan ulasan yang dimiliki oleh penyedia jasa MUA. Selain itu, terdapat penelitian lain dengan judul “*UI/UX Design for a Makeup Artist App Using Design Thinking*”, penelitian ini mengembangkan desain UI/UX untuk aplikasi *Makeup Artist* (MUA) menggunakan pendekatan *Design Thinking* [10]. Namun, penelitian tersebut masih memiliki keterbatasan seperti metode yang hanya berfokus pada *design thinking*, nominal *cost transport* masih dimasukkan manual oleh MUA, tidak terdapat fitur filter yang memungkinkan *customer* dapat melakukan filter berdasarkan jenis *makeup* yang diinginkan, tidak terdapat fitur rekomendasi *makeup* sesuai dengan *customer*, dan fitur *add-on* yang tidak dibuat sehingga pelanggan tidak dapat memasukkan *add-on* durasi layanan, *touch up* tambahan, layanan *hair styling* atau *hijab styling*, serta biaya tambahan terkait kebutuhan khusus pengguna.

Perancangan antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) berperan penting dalam memastikan efektivitas dan kesesuaian antara aplikasi dengan kebutuhan yang dimiliki oleh pengguna [11]. Untuk memastikan desain dibuat secara optimal, proses perancangan perlu dilakukan secara terstruktur dengan memperhatikan kebutuhan, perilaku, dan kebiasaan pengguna sehingga desain aplikasi yang dihasilkan akan sesuai dengan pengguna. Salah satu pendekatan desain yang dapat digunakan adalah metode *Double Diamond* dengan empat kerangka utama: *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*. Metode ini dapat membantu penelitian dalam mencari permasalahan secara mendalam, menuruskan solusi yang tepat, mengembangkan konsep desain yang sesuai, serta menyajikan *prototype* yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna [12]. Dengan menggunakan metode *Double Diamond*, rancangan UI/UX akan lebih berfokus

pada kebutuhan dan pengalaman pengguna, sehingga hasil desain yang dihasilkan dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan bagi pengguna sehingga dapat menjadi acuan desain aplikasi yang efektif.

Oleh karena itu, penelitian dengan judul “Perancangan UI/UX Aplikasi *Marketplace Makeup Artist* (MUA) “MUArt” Menggunakan Metode *Double Diamond* menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang desain antarmuka dan pengalaman pengguna yang dapat dijadikan acuan dalam pengembangan aplikasi *marketplace* khusus bagi MUA. Penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan rancangan antarmuka aplikasi yang menarik secara visual, mudah digunakan, serta memenuhi kebutuhan pengguna. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi langkah awal peluang perkembangan ekonomi kreatif dengan menghasilkan desain aplikasi yang dapat meningkatkan efisiensi interaksi antara MUA dengan pelanggan, memperkuat kepercayaan melalui tampilan portofolio dan ulasan pengguna, serta memberikan pengalaman yang lebih transparan dan profesional.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini adalah bagaimana merancang antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) pada aplikasi “MUArt” dengan menggunakan metode *Double Diamond* agar menghasilkan desain aplikasi yang dapat meningkatkan kemudahan, kepuasan, dan pengalaman pengguna.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus, maka ruang lingkup penelitian dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Penelitian membahas perancangan UI/UX aplikasi *marketplace* MUA “MUArt” berbasis *mobile*.
2. Penelitian ini menggunakan metode *Double Diamond* yang terdiri dari empat tahapan utama: *Discover*, *Define*, *Develop*, dan *Deliver*.

3. Responden penelitian terdiri dari 10 orang, yaitu 5 calon pelanggan atau *client* dan 5 *Makeup Artist* (MUA) yang relevan dengan konteks layanan kecantikan.

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang telah dibuat, tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang UI/UX aplikasi *marketplace* MUA menggunakan metode *Double Diamond* sehingga dapat menghasilkan rancangan UI/UX yang efektif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna serta dapat menjadi acuan untuk pengembangan aplikasi *marketplace* MUA yang lebih baik.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi terhadap pengembangan pengetahuan dalam bidang perancangan UI/UX, terutama terkait penggunaan metode *Double Diamond* dalam proses perancangan desain aplikasi berbasis *mobile*.

2. Manfaat Praktis

- a. Menjadi referensi bagi pengembang aplikasi dalam merancang aplikasi *marketplace* MUA yang sesuai kebutuhan dan ramah pengguna.
- b. Memberikan masukan kepada pelaku UMKM di bidang kecantikan agar dapat memanfaatkan teknologi informasi guna meningkatkan efektivitas proses bisnis.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penyusunan laporan, sehingga tidak keluar dari fokus utama penelitian. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan umum tentang penelitian, yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang relevan dengan topik penelitian yang diangkat. Selain itu, pada bab ini juga disajikan hasil *literature review* dari beberapa penelitian terkait, sebagai dasar dalam membangun kerangka konseptual penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tahapan yang dilalui untuk mencapai tujuan penelitian, seperti tahapan identifikasi masalah, pengumpulan data, analisis kebutuhan, serta proses penyusunan laporan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dari setiap tahapan penelitian yang diangkat, serta dijelaskan interpretasi hasil penelitian serta bagaimana hasil penelitian dapat meningkatkan kemudahan dan kepuasan pengguna.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta berisi saran untuk pengembangan lanjutan di bidang yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisikan sumber-sumber referensi yang digunakan dalam penyusunan penelitian, baik dari buku, jurnal ilmiah, maupun sumber daring.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisikan data pendukung yang digunakan pada penelitian, seperti hasil wawancara, hasil kuesioner, dan dokumentasi proses penelitian lainnya. Bagian ini berfungsi sebagai bukti tambahan yang dapat mendukung argumen yang disampaikan.