

PERANCANGAN APLIKASI JASA RIAS WAJAH BERBASIS DESIGN THINKING UNTUK PENGALAMAN PENGGUNA

Rizvina Hadi Imani¹, Abdul Rezha Efrat Najaf², Prasasti Karunia Farista Ananto³.

¹UPN "Veteran" Jawa Timur

²UPN "Veteran" Jawa Timur

³UPN "Veteran" Jawa Timur

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi jasa rias wajah yang mempermudah pelanggan dalam mencari, memesan, dan melakukan transaksi layanan secara efisien. Latar belakang penelitian didasarkan pada permasalahan yang sering dialami pelanggan, yaitu keterbatasan informasi harga, jadwal, dan portofolio pemilik jasa rias yang tidak transparan, serta proses komunikasi yang lambat. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking* dengan lima tahapan: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Melalui pendekatan ini, peneliti berfokus pada pemahaman kebutuhan pengguna untuk menghasilkan desain antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang intuitif, menarik, dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Proses perancangan dilakukan menggunakan aplikasi Figma untuk menghasilkan *wireframe* dan *prototype* beresolusi tinggi, kemudian diuji menggunakan metode *System Usability Scale (SUS)* terhadap lima responden. Hasil pengujian menunjukkan nilai rata-rata SUS sebesar 73, yang termasuk kategori "Good", menandakan bahwa desain aplikasi mudah digunakan dan memberikan pengalaman pengguna yang memuaskan. Dengan demikian, rancangan aplikasi ini berpotensi menjadi solusi efektif dalam meningkatkan efisiensi dan transparansi layanan jasa rias di era digital.

Kata kunci: UI/UX; Design Thinking; Jasa Rias

Abstract

This study aims to design a makeup artist application that makes it easier for customers to search, order, and transact services efficiently. The research background is based on problems frequently experienced by customers, namely limited information on prices, schedules, and non-transparent portfolios, as well as slow communication processes. The method used is Design Thinking with five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. Through this approach, researchers focus on understanding user needs to produce interface (UI) and user experience (UX) designs that are intuitive, attractive, and in accordance with customer expectations. The design process was carried out using the Figma application to produce high-resolution wireframes and prototypes, then tested using the System Usability Scale (SUS) method on five respondents. The test results showed an average SUS score of 81, which is included in the "Good" category, indicating that the application design is easy to use and provides a satisfactory user experience. Thus, this application design has the potential to be an effective solution in increasing the efficiency and transparency of services in the digital era.

Keywords: UI/UX; Design Thinking; Makeup Services

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang memiliki peran signifikan dalam mendukung perekonomian nasional Indonesia. Hingga Mei 2025, jumlah UMKM di Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 66 juta unit usaha, meningkat dari 64,2 juta unit pada akhir tahun 2024. Peningkatan tersebut mencerminkan perkembangan positif dalam sektor riil yang menjadi pondasi utama ekonomi masyarakat. Selain berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan penting sebagai penyangga stabilitas ekonomi nasional, terutama ketika terjadi krisis pada sektor formal seperti krisis keuangan atau pandemi (Tambunan, Utami, Aurin, Wahidha, & Afilika, 2025). Selain itu,

strategi pengembangan bisnis jasa rias dapat menggunakan pendekatan Business Model Canvas (Rahayu & Herlinawati, 2024). Melihat pentingnya peran UMKM, adaptasi terhadap teknologi menjadi langkah strategis untuk mempertahankan daya saing di era ekonomi digital. Kemajuan teknologi informasi telah mengubah cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan, sehingga pemanfaatan inovasi digital menjadi faktor krusial bagi UMKM untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing (Desfiandi & Z, 2023). Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, penerapan sistem informasi yang terintegrasi dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan efisiensi operasional melalui otomatisasi berbagai proses bisnis, sehingga mampu meminimalkan kesalahan dan mempercepat pengambilan keputusan. Dukungan teknologi digital juga memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kualitas layanan, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan pengguna (Arjang, Ausat, & Prasetya, 2025).

Seni tata rias berperan sebagai bentuk kreativitas dalam mengolah wajah agar tampak lebih menawan dan selaras dengan kepribadian seseorang. Pada masa kini, penerapan rias wajah telah mengalami perkembangan pesat tidak hanya difokuskan untuk mempercantik, tetapi juga menyesuaikan dengan berbagai keperluan, mulai dari aktivitas sehari-hari hingga acara khusus. Riasan modern dapat berfungsi untuk menutupi ketidaksempurnaan wajah, mengikuti trend mode yang sedang populer, menjadi media ekspresi diri, serta digunakan dalam kebutuhan profesional seperti rias panggung, karakter, maupun seni pertunjukan (Muthi'ah, Octavianty, & Wahyuni, 2017). Jasa Rias termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada sektor jasa kreatif yang berfokus pada layanan tata rias profesional. Profesi ini memberikan hasil berkualitas tinggi dengan pendekatan personal melalui konsultasi untuk menentukan gaya riasan yang sesuai, penggunaan produk makeup premium yang disesuaikan dengan jenis kulit, serta pengalaman merias yang nyaman dan efisien pada momen-momen penting. Selain itu, tersedia berbagai paket layanan khusus untuk acara tertentu seperti paket rias pengantin (*bridal package*) dan acara spesial lainnya (Rahayu & Herlinawati, 2024). Seiring dengan kemajuan zaman, penampilan yang menarik kini menjadi salah satu kebutuhan penting bagi setiap individu. Bagi wanita, penampilan memiliki nilai tambah yang dapat meningkatkan kepercayaan diri dan citra diri dalam kehidupan sosial. Oleh karena itu, kesadaran untuk menjaga penampilan dan pentingnya berdandan semakin ditekankan, menjadikan kegiatan merias diri sebagai kebutuhan primer yang perlu dipenuhi dalam keseharian (Widiyantari, Faidah, Dwiyantri, & Pritasari, 2025). Berdasarkan data dari Hello Beauty (2021), terdapat lebih dari 10.000 penyedia jasa kecantikan, termasuk layanan make up, yang tersebar di 35 kota di Indonesia, menunjukkan bahwa profesi jasa rias memiliki peluang besar dalam industri kecantikan yang terus berkembang (Safira, Dwiyantri, Megasari, & Puspitorini, 2021). Layanan jasa rias menjadi salah satu yang paling diminati, terutama untuk acara seperti pernikahan, pesta, prom night, hingga sesi pemotretan. Dari berbagai acara tersebut, pernikahan mendominasi kebutuhan jasa makeup karena setiap pasangan ingin tampil maksimal di hari istimewanya. Selain itu, pengaruh budaya selebriti dan influencer turut meningkatkan tren penggunaan jasa makeup profesional dalam berbagai kesempatan (Verified Market Research, 2023).

Hasil wawancara dengan lima pelanggan menunjukkan bahwa proses pemesanan jasa rias masih kurang efisien karena informasi harga, layanan, dan jadwal tidak tersedia secara terbuka. Pelanggan harus menanyakan langsung dan sering mendapat respon lambat. Penelitian ini bertujuan merancang UI/UX aplikasi pemesanan jasa rias yang memudahkan pelanggan mencari, memesan, dan bertransaksi dengan cepat dan praktis. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, diperlukan sebuah desain aplikasi yang mampu mempermudah proses pemesanan layanan jasa rias. UI/UX berperan sebagai penghubung antara teknologi dan penggunaannya, sekaligus menjadi elemen penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan

serta loyalitas pengguna. Di era digital saat ini, pengguna memiliki ekspektasi tinggi terhadap pengalaman penggunaan suatu produk. Mereka tidak hanya menuntut sistem yang berfungsi dengan baik, tetapi juga menginginkan tampilan antarmuka yang menarik, mudah dipahami, responsif, serta memberikan pengalaman interaksi yang intuitif dan menyenangkan (Rahmadani & Fardida, 2024).

Design Thinking merupakan pendekatan yang berorientasi pada solusi dalam memecahkan masalah dengan memahami kebutuhan pengguna melalui empati dan pengamatan langsung. Metode ini melibatkan cara berpikir kreatif dan terstruktur untuk merumuskan masalah, menghasilkan ide melalui brainstorming, serta menguji solusi melalui pembuatan prototipe. Prosesnya bersifat iteratif, di mana ide-ide diuji dan dikembangkan secara terus-menerus hingga diperoleh hasil yang paling sesuai dengan kebutuhan pengguna (Candra, 2022). Prosesnya melibatkan lima tahapan utama, yaitu Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test, yang berperan penting dalam mengembangkan prototype yang sesuai dengan kebutuhan serta pengalaman pengguna (Ayu & Wijaya, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan perancangan desain UI/UX aplikasi pemesanan jasa rias dengan menerapkan metode Design Thinking agar aplikasi yang dihasilkan mudah digunakan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Melalui lima tahapan utama yaitu Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Testing, penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan sebagai responden utama.

2. METODE PENELITIAN

2.1 TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan fokus pada calon pengguna aplikasi Jasa Rias dari sisi pelanggan. Tahapan penelitian meliputi pengumpulan data kebutuhan, analisis wawancara, perancangan antarmuka, pembuatan prototipe, dan pengujian usability menggunakan metode System Usability Scale (SUS).

2.2 METODE PENELITIAN

Metode Design Thinking merupakan pendekatan yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap pengguna melalui proses yang bersifat berulang. Pendekatan ini digunakan untuk mengevaluasi asumsi, menemukan sudut pandang baru, serta merumuskan solusi atas permasalahan yang ada (Candra, 2022). Dalam penelitian ini, perancangan dilakukan dengan mengikuti tahapan-tahapan dalam metode Design Thinking sebagai berikut:

1. Empathize

Empathize merupakan tahap awal yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap permasalahan dari sudut pandang pengguna. Dengan cara melihat dan merasakan pengalaman pengguna agar solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan nyata mereka (Baskoro & Haq, 2020). Tahap ini dilakukan melalui wawancara dengan pelanggan untuk mengetahui kebutuhan dan kendala. Hasilnya dianalisis menggunakan empathy map untuk memahami pikiran dan perasaan pengguna.

2. Define

Define merupakan tahap lanjutan dari Empathize yang bertujuan untuk mengolah dan memahami data yang telah dikumpulkan agar dapat menemukan permasalahan pengguna (Baskoro & Haq, 2020). Pada tahap ini, data dari empathy map dan wawancara dianalisis dengan POV untuk menentukan masalah utama pengguna.

3. Ideate

Ideate adalah tahap ketiga dalam proses Design Thinking yang bertujuan menghasilkan berbagai ide sebagai solusi atas masalah yang telah diidentifikasi pada

tahap Define (Baskoro & Haq, 2020). Pada tahap ini, pengembangan ide dilakukan berdasarkan merumuskan solusi yang paling sesuai dengan kebutuhan pengguna.

4. Prototype

Prototype adalah tahap untuk mengubah ide menjadi bentuk dalam model sederhana dari tampilan yang akan dibuat. Tujuan tahap ini adalah melihat apakah solusi yang dirancang sudah sesuai dengan kebutuhan dan masalah pengguna (Baskoro & Haq, 2020). Desain antarmuka dibuat menggunakan Figma, dimulai dari mockup (high-fidelity), dengan fokus pada alur pemesanan jasa rias bagi pelanggan.

5. Test

Test merupakan tahap pengujian untuk memastikan solusi yang dibuat sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat digunakan dengan baik (Baskoro & Haq, 2020). Pada penelitian ini, pengujian dilakukan menggunakan metode System Usability Scale (SUS) untuk menilai tingkat kemudahan penggunaan desain aplikasi.

2.3 ALAT DAN BAHAN PENELITIAN

Peralatan dan bahan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

- **Perangkat keras:** Laptop
- **Perangkat lunak:** Figma, Google Form
- **Responden:** 5 pelanggan jasa makeup
- **Instrumen pengumpulan data:** Wawancara dan Kuesioner

2.4 PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan Design Thinking sebagai panduan utama dalam proses perancangan. Data hasil wawancara dan observasi dikelompokkan menggunakan empathy map untuk mengidentifikasi kebutuhan, harapan, dan permasalahan pengguna secara lebih mendalam. Sementara itu, hasil pengujian usability dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode System Usability Scale (SUS). Setelah seluruh skor individu diperoleh, nilai rata-rata SUS dapat dihitung dengan membagi total skor semua responden dengan jumlah responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 HASIL PENELITIAN

3.1.1 Empathize

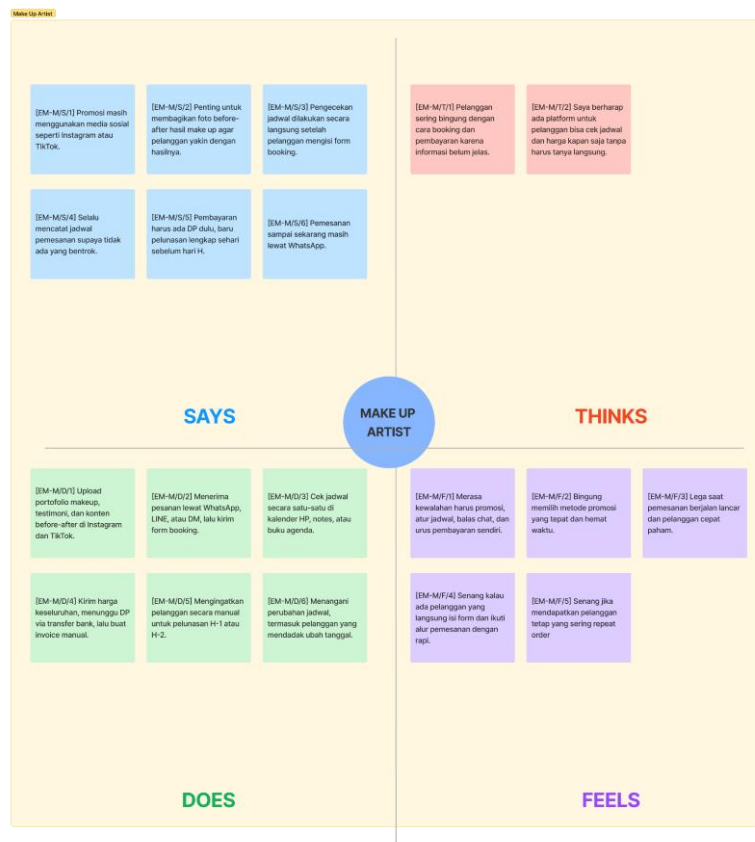
Tahap Empathize merupakan langkah awal dalam metode Design Thinking yang bertujuan memahami kebutuhan dan permasalahan pelanggan sebagai pengguna utama aplikasi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi terhadap 5 pelanggan jasa rias wajah. Fokus penelitian diarahkan untuk memahami bagaimana pelanggan mencari, memilih, dan memesan jasa rias wajah serta kendala yang mereka hadapi dalam proses tersebut.

Tabel 1.

Pertanyaan Untuk Memahami Cara Pelanggan Memilih Jasa Rias Wajah

No	Pertanyaan Wawancara
1.	Bagaimana cara Anda biasanya mencari jasa rias wajah?
2.	Apa kendala yang sering Anda temui dalam memesan jasa makeup?
3.	Informasi apa yang paling Anda butuhkan sebelum melakukan pemesanan?

Berikut merupakan gambar empathy map pelanggan yang diperoleh dari hasil wawancara, yang menggambarkan pandangan, perasaan, serta pengalaman pengguna dalam proses pemesanan jasa rias wajah.



Gambar 1.
Empathy Map Dari Hasil Wawancara

3.1.2 Define

Setelah tahap Empathize dan pembuatan Empathy Map, tahap Define dilakukan untuk merumuskan masalah utama pengguna. Data wawancara dan observasi dianalisis dengan metode Point of View (POV) untuk menggambarkan kebutuhan dan permasalahan pelanggan.

Tabel 2.
Point of View (POV) Pelanggan

<i>NEED</i>	<i>INSIGHT</i>
Pelanggan ingin info harga, jadwal, dan portofolio terlihat sejak awal.	Pelanggan kesulitan karena informasi tidak tersedia langsung, sehingga pencarian jasa rias menjadi lambat dan membingungkan.
Pelanggan ingin metode pembayaran fleksibel dan konfirmasi cepat.	Pelanggan menganggap konfirmasi pembayaran lambat dan pilihan metode terbatas.

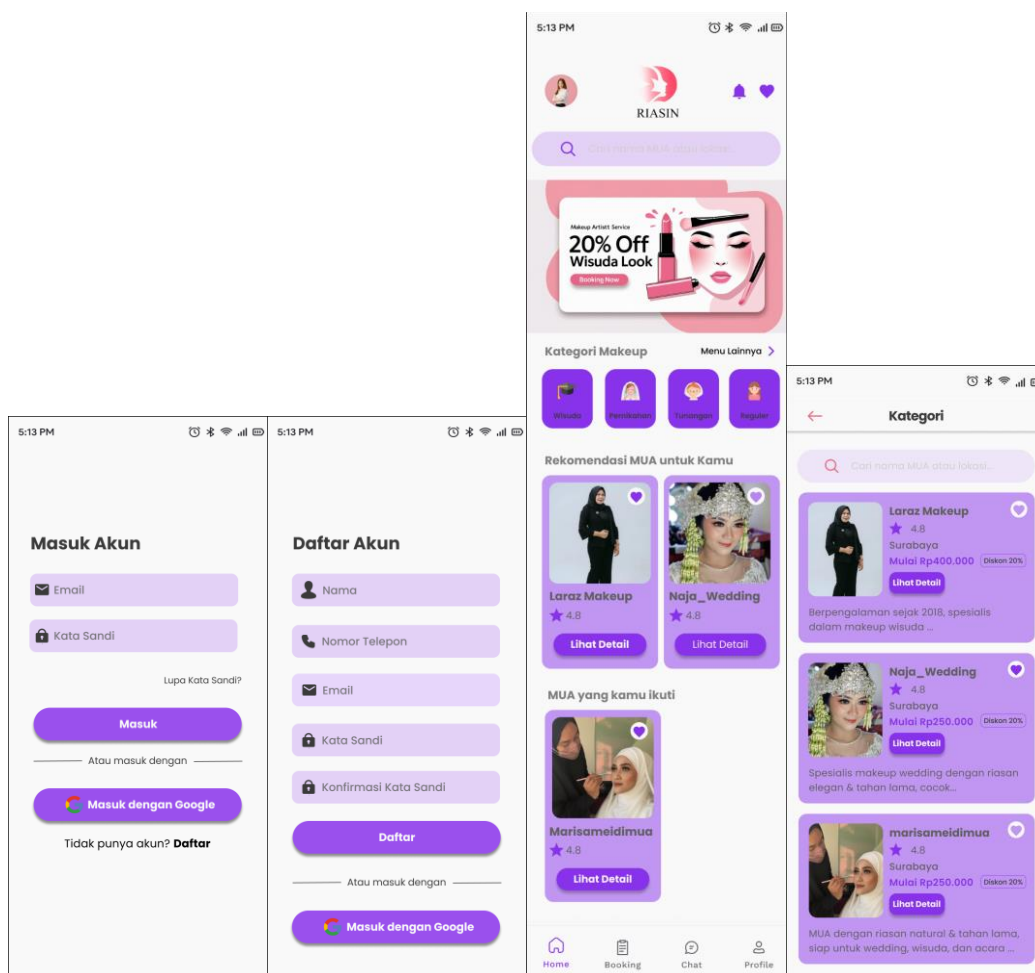
3.1.3 Ideate

Tahap Ideate bertujuan mengembangkan ide-ide solusi untuk mengatasi permasalahan pelanggan yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya. Proses ideasi dilakukan menggunakan pendekatan brainstorming menunjukkan beberapa ide utama, di antaranya:

- Menyediakan berbagai metode pembayaran, pelacakan transaksi, dan konfirmasi otomatis.
- Menyediakan profil jasa rias dengan layanan, jadwal, dan portofolio terbuka.

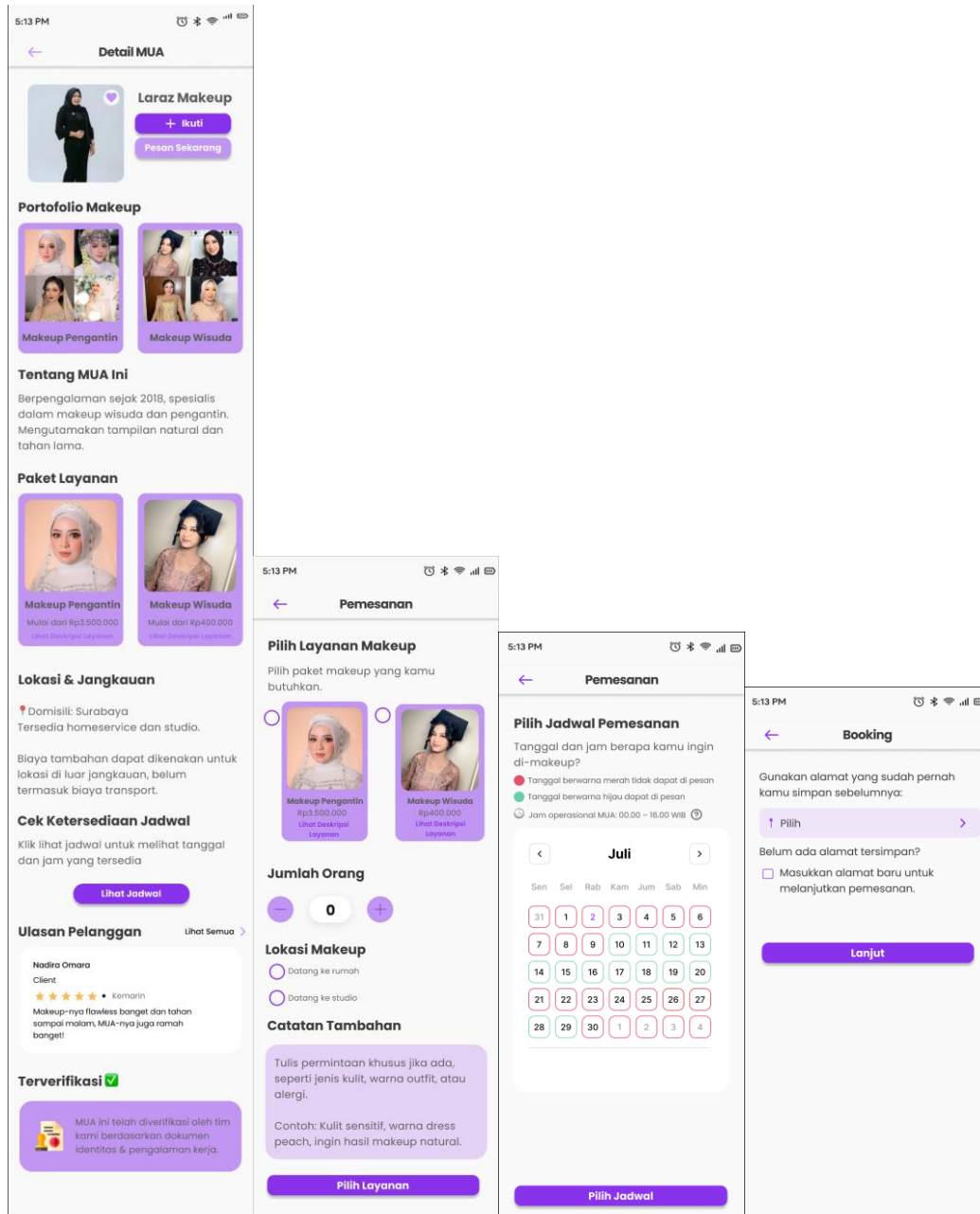
3.1.4 Prototype

Tahap Prototype merupakan implementasi dari ide yang telah dipilih menjadi bentuk visual menggunakan Figma. Fokus utama desain diarahkan untuk memberikan pengalaman pengguna (user experience) yang mudah, intuitif, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Setelah itu, dikembangkan menjadi mockup high-fidelity yang menampilkan tampilan akhir dengan detail warna, ikon, dan komponen interaktif.



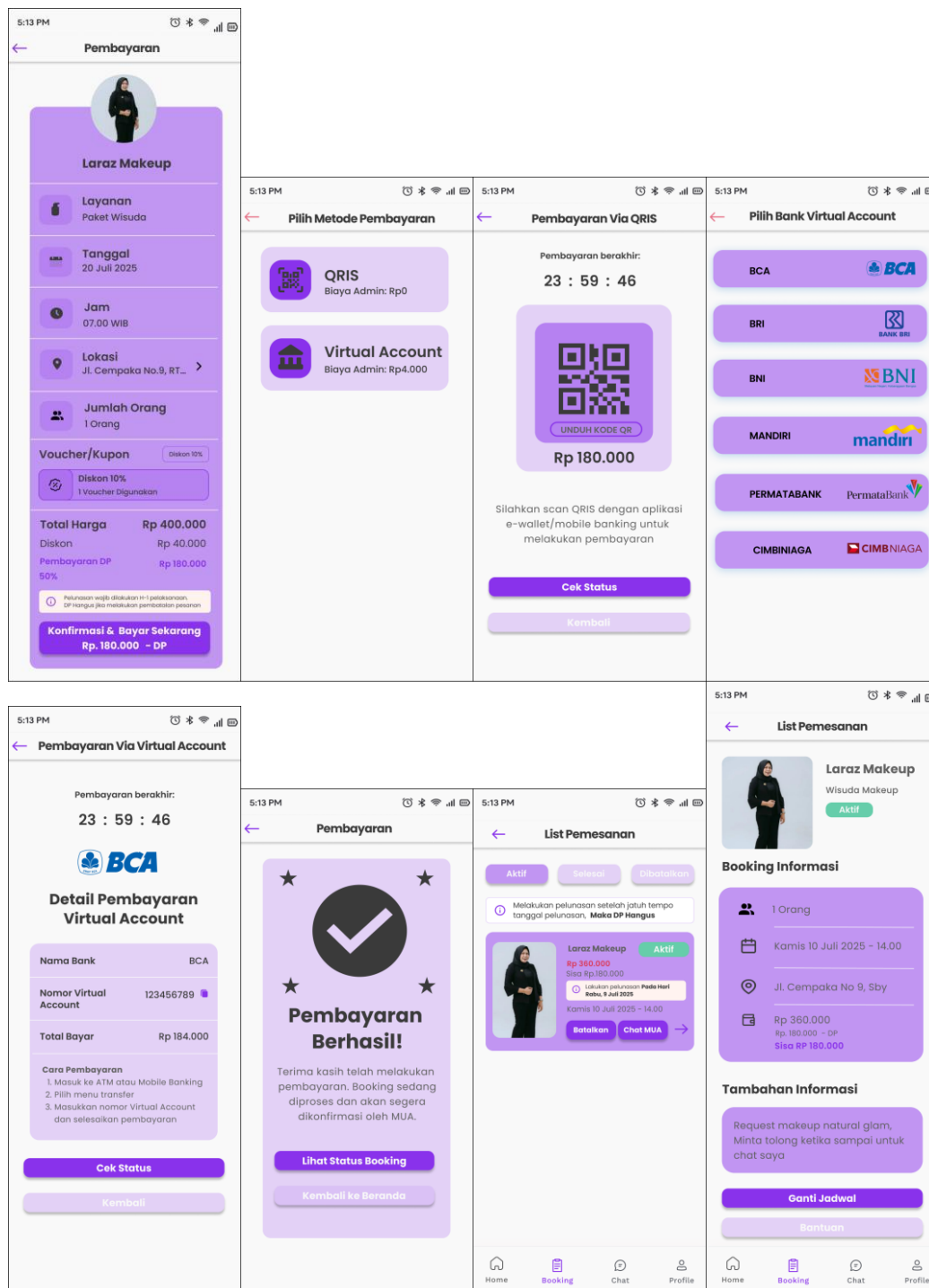
Gambar 2.
Desain Antarmuka Aplikasi Jasa Rias

Gambar di atas menampilkan tampilan desain antarmuka aplikasi Booking jasa rias. Desain ini mencakup halaman Login dan Daftar Akun untuk proses autentikasi pengguna, serta halaman Beranda dan Kategori jasa rias.



Gambar 3.
Halaman Profil dan Pemesanan Jasa Rias

Gambar tersebut menampilkan halaman profil dan pemesanan jasa rias, di mana pengguna dapat melihat portofolio, deskripsi, layanan, lokasi, ulasan, jadwal, serta memesan dengan memilih tanggal, jumlah orang, dan lokasi makeup.



Gambar 4.
Proses Pembayaran dan Konfirmasi Pesanan

Gambar diatas menampilkan proses pembayaran dan konfirmasi pesanan pada aplikasi. Pengguna dapat memilih metode pembayaran melalui QRIS atau Virtual Account, kemudian menerima notifikasi pembayaran berhasil dan melihat daftar pemesanan.

3.2 PEMBAHASAN PENELITIAN

3.2.1 Test

Pada tahap pengujian ini, sebanyak 5 pelanggan berperan sebagai responden untuk menguji desain sistem pemesanan aplikasi jasa rias melalui task scenario. Setelah menyelesaikan task scenario, responden diberikan instrumen pengujian berupa System Usability Scale (SUS). Pengujian SUS dilakukan dengan memberikan link Google Form yang berisi 10 pertanyaan. Setiap pertanyaan dinilai dengan skala 1–5, di mana nilai 1 berarti sangat tidak setuju dan nilai 5 berarti sangat setuju. Perhitungan skor dilakukan dengan metode berikut: untuk pertanyaan bernomor ganjil, skor dihitung dengan mengurangi nilai responden dengan 1 ($\text{Skor Ganjil} = \text{Nilai pengguna} - 1$). Sedangkan untuk pertanyaan bernomor genap, skor dihitung dengan mengurangi nilai responden dari 5 ($\text{Skor Genap} = 5 - \text{Nilai pengguna}$). Seluruh skor dari 10 pertanyaan dijumlahkan dan dikalikan 2,5 untuk memperoleh skor akhir per responden. Setelah skor individu diperoleh, seluruh skor responden dijumlahkan dan dibagi dengan jumlah responden untuk mendapatkan nilai rata-rata SUS. Hasil pengujian menunjukkan total skor nilai rata-rata SUS yang diperoleh adalah 71. Berdasarkan interpretasi skor SUS, nilai 71 termasuk dalam grade C dengan rating “Ok”.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan metode *Design Thinking* efektif dalam merancang aplikasi jasa rias wajah yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Melalui lima tahapan utama, diperoleh pemahaman mendalam mengenai permasalahan pelanggan, seperti keterbatasan informasi, proses pemesanan yang tidak efisien, dan komunikasi yang lambat. Rancangan antarmuka aplikasi yang dihasilkan memiliki tampilan sederhana, navigasi jelas, serta fitur pemesanan dan pembayaran yang transparan. Berdasarkan hasil uji *System Usability Scale (SUS)* dengan nilai rata-rata 73 (kategori “Good”), aplikasi ini dinilai memiliki tingkat kemudahan penggunaan yang tinggi dan mampu meningkatkan kepuasan pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan sistem digital serupa yang mendukung digitalisasi sektor jasa kreatif, khususnya industri kecantikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjang, A., Ausat, A. M. A., & Prasetya, Y. B. (2025). Optimalisasi Sistem Informasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM: Analisis Sinergi Inovasi Digital dan Fenomena FOMO dalam Dinamika Pasar. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 68–76. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14629>
- Ayu, T. B., & Wijaya, N. (2023). Penerapan Metode Design Thinking pada Perancangan Prototype Aplikasi Payoprint Berbasis Android. *MDP Student Conference*, 2(1), 68–75. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i1.4065>
- Baskoro, L., & Haq, B. N. (2020). Penerapan Metode Design Thinking Pada Mata Kuliah Desain Pengembangan Produk Pangan. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 4(2), 83–93.
- Candra, A. F. M. (2022). Penerapan metode *design thinking* dalam rancang prototipe aplikasi berbasis web sistem peminjaman dokumen arsip di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 2(4), 7–16.
- Desfiandi, A., & Z, Z. (2023). Penerapan Digitalisasi Pada Umkm Chio Snack menggunakan Platform Simonik untuk memperluas Pemasaran Produk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 114–121. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v2i2.64>

- Muthi'ah, W., Octavianty, R., & Wahyuni, M. S. N. (2017). Tinjauan desain *beauty case* di kalangan *make up artist* Jakarta. *Narada: Jurnal Desain & Seni*, 4(3), 335–344. Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Novenya Rahmadani, & Siti Ning Fardida. (2024). Peran UI/UX Pada Layanan Aplikasi Mytelkomsel Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan. *SAFARI :Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(3), 220–227. <https://doi.org/10.56910/safari.v4i3.1655>
- Rahayu, K., & Herlinawati, E. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Makeup Artist Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(4), 866–885. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i4.2284>
- Safira, A. N., Dwiyanti, S., Megasari, D. S., & Puspitorini, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Makeup Artist (MUA) Hits Di Indonesia dalam Menjalankan Usaha Di Bidang Jasa Makeup. *E-Journal, Volume 10*, 165–176.
- Tambunan, K., Utami, C. A., Aurin, N., Wahidha, T. A., & Afilika, G. F. (2025). Kuliah Kerja Nyata: Strategi pemberdayaan UMKM melalui inovasi produk rumah tangga dan pelatihan kecantikan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(3), 208–222. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v4i3.5918>
- Verified Market Research. (2023). *Make-up artist service market size & share analysis - Growth trends & forecasts (2024–2031)*. Retrieved April 28, 2025, from <https://www.verifiedmarketresearch.com/product/make-up-artist-service-market/#:~:text=Make%20Up%20Artist%20Service%20Market%20size%20was%20valued%20at%20USD,the%20forecast%20period%202024%2D2031>
- Widiyantari, D. R., Faidah, M., Dwiyanti, S., & Pritasari, O. K. (2025). Profesionalisme *make up artist* pria di Surabaya. *Jurnal Tata Rias*, 14(1), 96–101.