ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089

Perancangan UI/UX Aplikasi *Mobile Marketplace Barbershop Barbergo* Dengan Metode *User Centered Design*

Nasywa Zahira Ramadhani [1*], Seftin Fitri Ana Wati [2], Anindo Saka Fitri [3]
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur [1,2,3]
Jalan Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur.
Sur-el : nasywazahira0410@gmail.com

Received: 28 August 2025 Reviewed: 2 September 2025 Accepted: 8 September 2025

Abstract : *This study focuses on developing interface design solutions and enhancing the user experience of the BarberGo barbershop marketplace mobile application using the User Centered Design (UCD) method, which includes four stages: Understand Context of Use, Specify User Requirements, Design Solutions, and Evaluate Against Requirements. Data were collected through literature reviews and interviews with five respondents of customers and barbershop, then analyzed to produce interface designs with strong usability values. The findings show significant improvements between the first and second usability evaluation stages, with customer usability increasing by 18.16% with final score 80.74% and barbershop usability by 17.19% with final score 82.28%. In the System Usability Scale (SUS) evaluation, customer scores improved by 27 points to 93, while barbershop scores rose by 26 points to 94. These results indicate that the BarberGo mobile application interface design demonstrates a high level of usability, is well-accepted, and suitable for user needs.*

Keywords: *Interface Design, Barbershop Marketplace, User Centered Design, Usability Evaluation, System Usability Scale (SUS).*

Abstrak : *Studi ini berfokus pada pengembangan solusi desain antarmuka dan peningkatan pengalaman pengguna aplikasi mobile marketplace barbershop BarberGo menggunakan metode User Centered Design (UCD), yang mencakup empat tahap: Memahami Konteks Penggunaan, Menentukan Persyaratan Pengguna, Menghasilkan Solusi Desain, dan Mengevaluasi Desain terhadap Persyaratan. Data dikumpulkan melalui tinjauan pustaka dan wawancara dengan lima responden pelanggan dan barbershop, kemudian dianalisis untuk menghasilkan desain antarmuka dengan nilai kegunaan yang kuat. Temuan menunjukkan peningkatan yang signifikan antara tahap evaluasi kegunaan pertama dan kedua, dengan peningkatan kegunaan pelanggan sebesar 18,16% dengan skor akhir 80,74% dan kegunaan pangkas rambut sebesar 17,19% dengan skor akhir 82,28%. Dalam evaluasi System Usability Scale (SUS), skor pelanggan meningkat 27 poin menjadi 93, sementara skor barbershop meningkat 26 poin menjadi 94. Hasil ini menunjukkan bahwa desain antarmuka aplikasi mobile BarberGo menunjukkan tingkat kegunaan yang tinggi, diterima dengan baik, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.*

Kata kunci*: Desain Antarmuka, Marketplace Barbershop, User Centered Design, Evaluasi Kegunaan, System Usability Scale (SUS).*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan besar sebagai penggerak utama roda perekonomian di Indonesia [1]. Salah satu bidang usaha yang masuk dalam kategori ini adalah barbershop, yang bergerak pada jasa pemotongan serta perawatan rambut. Segmen pengguna layanan barbershop sangat luas, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa, dengan kebutuhan serta gaya rambut yang beragam. Berbeda dengan pangkas rambut tradisional, barbershop menawarkan pengalaman yang lebih modern, pelayanan yang variatif, serta

ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089

menghadirkan tren gaya rambut terkini dengan tenaga kerja yang berkompeten [2]. Dari sisi klasifikasi, barbershop termasuk ke dalam subsektor kriya karena mengandalkan keterampilan manual dan sentuhan seni dalam menghasilkan potongan rambut yang mengikuti perkembangan mode. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, subsektor kriya menjadi salah satu dari tiga penyumbang utama ekonomi kreatif setelah kuliner dan fesyen, dengan kontribusi mencapai 75% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2023 [3]. Saat ini, tercatat lebih dari 5.000 brand barbershop tersebar di berbagai daerah di Indonesia, dengan laju pertumbuhan bisnis sekitar 20–30% setiap tahunnya [4]. Hal tersebut membuktikan bahwa barbershop memiliki prospek usaha yang menjanjikan, seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan perawatan rambut yang professional.

Di Kota Surabaya, Disperinaker melaporkan bahwa sekitar 80% peserta pelatihan tata rambut berhasil membuka lapangan kerja baru, yang berkontribusi pada meningkatnya jumlah usaha sejenis sekaligus memperketat persaingan di bidang ini [5]. Berdasarkan data persebaran dari Google Maps, terdapat lebih dari 20 usaha barbershop yang beroperasi di berbagai kawasan Surabaya. Jumlah tersebut belum termasuk barbershop atau pangkas rambut yang belum terdaftar di platform tersebut, sehingga angka sebenarnya kemungkinan jauh lebih tinggi. Untuk menarik pelanggan, para pelaku usaha bersaing dengan menawarkan berbagai fasilitas, seperti ruangan ber-AC, akses Wi-Fi gratis, perlengkapan pemotongan rambut yang memadai, serta layanan tambahan mulai dari potong rambut, pijat kepala, *smoothing*, *creambath*, pewarnaan, hingga paket perawatan khusus pria. Beberapa bahkan memberikan diskon bagi pelanggan tetap. Semua layanan tersebut dikemas dengan kualitas yang sebanding dengan harga yang ditawarkan [6].

Persaingan yang semakin tinggi dalam industri barbershop membuat konsumen memiliki beragam alternatif untuk menentukan tempat yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Namun, tantangan utama yang sering muncul adalah keterbatasan variasi gaya rambut yang ditawarkan, sehingga tidak selalu sesuai dengan preferensi pelanggan. Banyak di antara mereka mengalami kesulitan dalam menemukan referensi gaya rambut yang cocok dengan bentuk wajah. Hal ini didukung dengan tidak semua barbershop menyediakan katalog gaya rambut yang memadai, sehingga pelanggan kerap hanya mengandalkan rekomendasi tukang cukur tanpa gambaran jelas mengenai hasil akhirnya. Dari sisi layanan, sebagian besar barbershop masih menggunakan sistem pemesanan manual, di mana pelanggan harus datang langsung dan menunggu giliran tanpa kepastian waktu pelayanan. Meski ada yang sudah mulai menyediakan pemesanan secara daring, umumnya masih melalui platform media sosial, yang dinilai menimbulkan miskomunikasi.

Seiring dengan begitu cepat perkembangan teknologi digital saat ini, hampir seluruh sektor usaha mulai bertransformasi dari sistem manual menuju berbasis digital untuk mendukung aktivitas operasional mereka [7]. Saat ini sudah ada aplikasi serupa seperti *Minutes*, namun desain aplikasi ini masih terbilang rumit. Hal ini

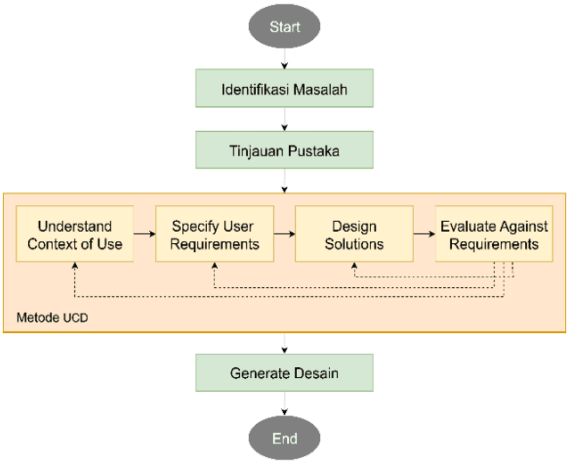
ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089

diperoleh dari ulasan pengguna melalui Play Store dan rating aplikasi yang tergolong rendah yaitu 2.7. Aplikasi ini juga belum memperhatikan preferensi pelanggan dalam menentukan gaya rambut yang cocok. Padahal, berbagai sektor industri saat ini mulai mengadopsi teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk memberikan pengalaman yang lebih individual dan sesuai dengan kebutuhan setiap pengguna [8].

Perancangan *User Interface* (UI) dan *User Experience* (UX) yang baik memiliki peranan krusial dalam proses pengembangan suatu sistem [9]. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menerapkan metode *User Centered Design* (UCD) dalam merancang UI/UX, dengan menitikberatkan pada kebutuhan pengguna sebagai prioritas utama [10]. Melalui pendekatan ini, dihasilkan desain rancangan aplikasi marketplace barbershop yang lebih optimal.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi *User Centered Design* (UCD). UCD merupakan pendekatan dalam perancangan sistem yang berfokus pada pengguna, dengan tujuan menghasilkan sistem yang sesuai dengan kebutuhan, mudah digunakan, serta memberikan kepuasan bagi pengguna sejak tahap perancangan awal hingga proses evaluasi akhir [5]. Metodologi yang digunakan pada penelitian yaitu dengan menerapkan metode *User Centered Design*. *User Centered Design* (UCD) adalah pendekatan desain dalam pengembangan sebuah sistem yang menempatkan pengguna sebagai fokus utama, dengan tujuan menciptakan sistem yang sesuai dengan kebutuhan, kemudahan, dan kepuasan penggunanya dari tahap awal hingga evaluasi akhir [5].



Gambar 1. Diagram Tahapan Penelitian

Gambar 1 menunjukkan diagram tahapan penelitian, yang digunakan dalam perancangan desain aplikasi mobile marketplace barbershop BarberGo.

2.1 Identifikasi Masalah

Merupakan langkah pertama dalam penelitian ini yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi mengenai permasalahan yang muncul di situasi nyata, kemudian menelaah perbedaannya dengan kondisi ideal yang diharapkan dapat menemukan faktor utama penyebab permasalahan.

2.2 Tinjauan Pustaka

Merupakan langkah kedua dalam penelitian ini yang berfokus pada pendalaman pemahaman terhadap masalah yang diteliti melalui tinjauan pustaka. Proses ini dilakukan dengan menelaah berbagai referensi yang relevan, meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel, aplikasi sejenis yang sudah ada, blog atau situs resmi terkait, serta penelitian terdahulu yang membahas penerapan desain pada

ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089

digitalisasi layanan menggunakan metode UCD maupun studi kasus yang berhubungan dengan barbershop.

2.3 *Understand Context of Use*

Merupakan langkah ketiga dalam penelitian sekaligus langkah awal dalam metode UCD. Langkah ini bertujuan untuk memahami serta menetapkan konteks penggunaan, yang dilakukan melalui wawancara dengan lima responden dari pihak pelanggan dan barbershop.

2.4 *Specify User Requirements*

Merupakan langkah keempat dalam penelitian yang juga menjadi langkah kedua dalam metode UCD. Langkah ini dilakukan untuk merumuskan kebutuhan pengguna secara lebih terperinci berdasarkan hasil riset di tahap sebelumnya.

2.5 *Design Solutions*

Merupakan langkah kelima dalam penelitian sekaligus langkah ketiga dalam metode UCD ini yang difokuskan pada perancangan solusi desain UI/UX aplikasi, dimana disusun berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna pada tahap sebelumnya.

2.6 *Evaluate Against Requirements*

Merupakan langkah terakhir dalam penelitian yang berfokus untuk melakukan evaluasi terhadap desain prototipe aplikasi barbershop dengan memanfaatkan platform Maze.co sampai di titik desain sudah benar-benar dapat diterima oleh pengguna.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Identifikasi Masalah

Pada tahap awal identifikasi, berbagai persoalan berhasil ditemukan melalui wawancara langsung dengan lima pemilik barbershop serta wawancara online dengan lima orang pelanggan.

Dari perspektif pelanggan, beberapa kendala yang sering dialami antara lain kesulitan menentukan pilihan gaya rambut ketika sudah berada di barbershop, waktu antrean yang tidak menentu, keterbatasan dalam menyampaikan keluhan maupun memperoleh layanan loyalitas, serta proses pemesanan layanan yang masih didominasi metode manual. Walaupun ada barbershop yang menawarkan sistem reservasi lewat online, desain antarmuka aplikasi belum dirancang khusus, sehingga sering terjadi miskomunikasi.

Sementara dari sisi pengelola barbershop, mereka menghadapi tantangan dalam menangani layanan secara bersamaan, misalnya dalam mengatur reservasi, menyesuaikan diri dengan tren model rambut terbaru, menyusun jadwal kerja barber, hingga masih adanya praktik pembayaran yang dilakukan secara manual. Kondisi ini menjadikan bahwa penerapan sistem digital mampu memberikan layanan lebih praktis, cepat, dan sesuai kebutuhan pengguna.

3.2 Tinjauan Pustaka

Dari hasil tinjauan pustaka, studi pada [11], [12], [13], dan [14] menggunakan pendekatan *User Centered Design* (UCD) dalam proses perancangan, sekaligus memanfaatkan *System Usability Scale* (SUS) sebagai instrumen untuk mengukur tingkat kebergunaan aplikasi. Penelitian pada [10] memiliki keterkaitan erat

ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089

dengan penelitian ini karena fokus pada konteks barbershop, khususnya masalah antrean panjang dan ketidakpastian waktu pelayanan. Sementara itu, penelitian [15] melakukan pengujian usability dengan bantuan platform *Maze* serta metode *heuristic evaluation*.

Adanya persamaan tersebut menjadikan alasan pemilihan metode UCD sebagai metode penelitian dan SUS sebagai metode evaluasi.

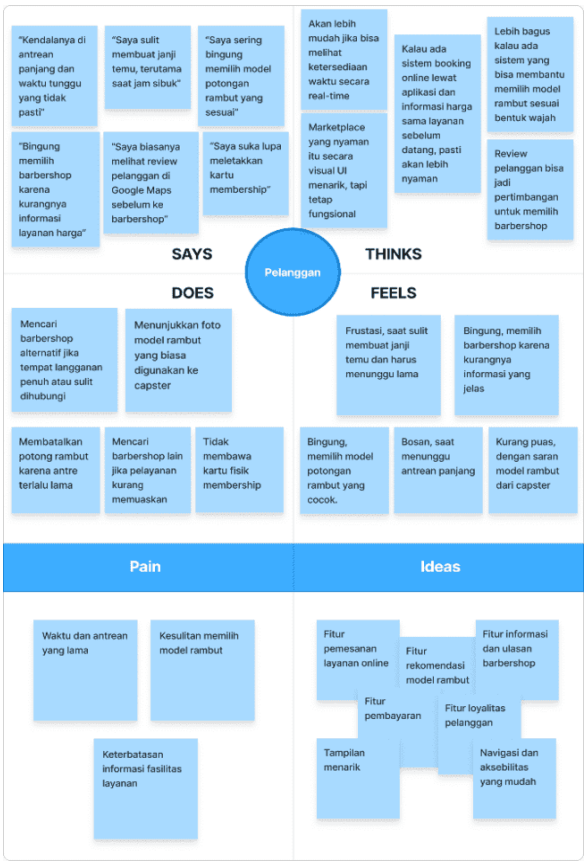
3.3 *Understand Context of Use*

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima responden dari kelompok pelanggan berusia 18–24 tahun yang tinggal di area perkotaan, diketahui bahwa mereka sudah terbiasa memanfaatkan layanan digital melalui aplikasi mobile. Para pelanggan menginginkan proses pemesanan yang praktis serta ketersediaan informasi yang transparan mengenai pilihan model rambut, jenis layanan, dan harga di barbershop. Dari pengelola barbershop pun mengungkapkan bahwa pelanggan kerap menanyakan informasi tersebut, tetapi sampai saat ini belum ada sistem dengan desain antarmuka yang memadai dan menyajikan informasi tersebut secara langsung kepada pelanggan.

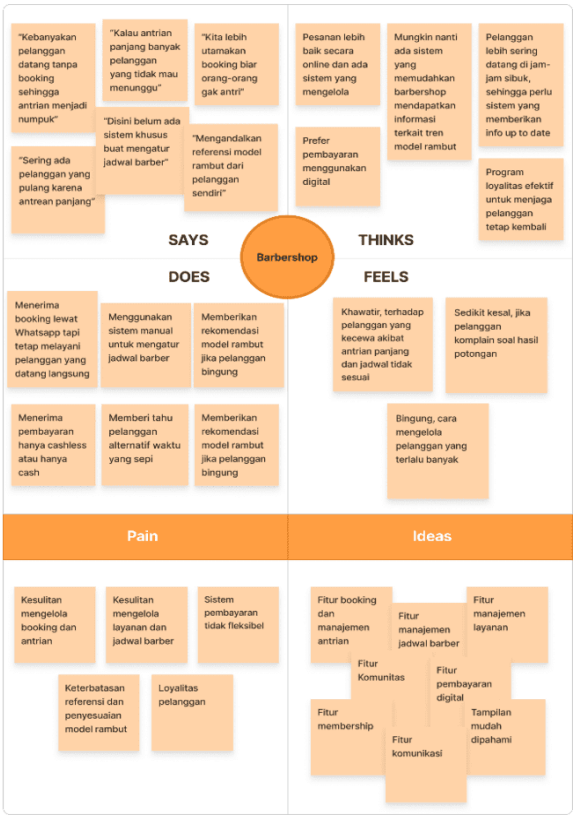
3.4 *Specify User Requirements*

a. Empathy Map

Setelah dilakukan tahap wawancara terhadap lima responden dari pelanggan dan barbershop, dihasilkan *empathy map*.



Gambar 2. *Empathy Map* Pelanggan

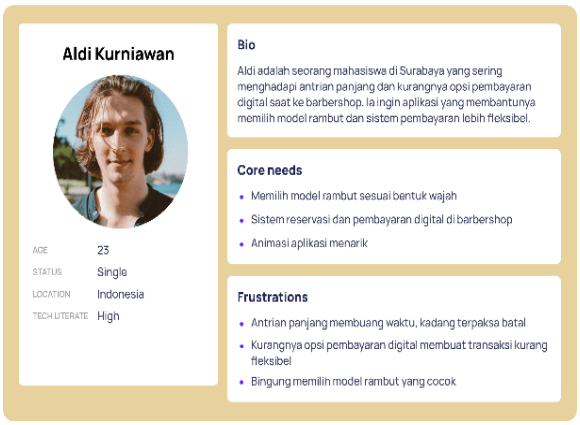


Gambar 3. *Empathy Map Barbershop*

ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089

b. User Persona

User Persona disusun berdasarkan hasil observasi terhadap sikap dan respon para responden selama sesi wawancara. Representasi tersebut menggambarkan profil individu, mencakup ciri-ciri, kebutuhan, tujuan yang ingin dicapai, serta kendala yang mereka hadapi. Berikut merupakan *user persona* dari pelanggan dan barbershop.



Gambar 4. *User Persona* Pelanggan

Gambar 5. *User Persona Barbershop*

c. Affinity Diagram

Affinity diagram terdiri dari *pain points* dan ideasi dari setiap responden berdasarkan topik masalah atau ide yang sama. Berikut merupakan *affinity diagram pain points* dari pelanggan dan barbershop.

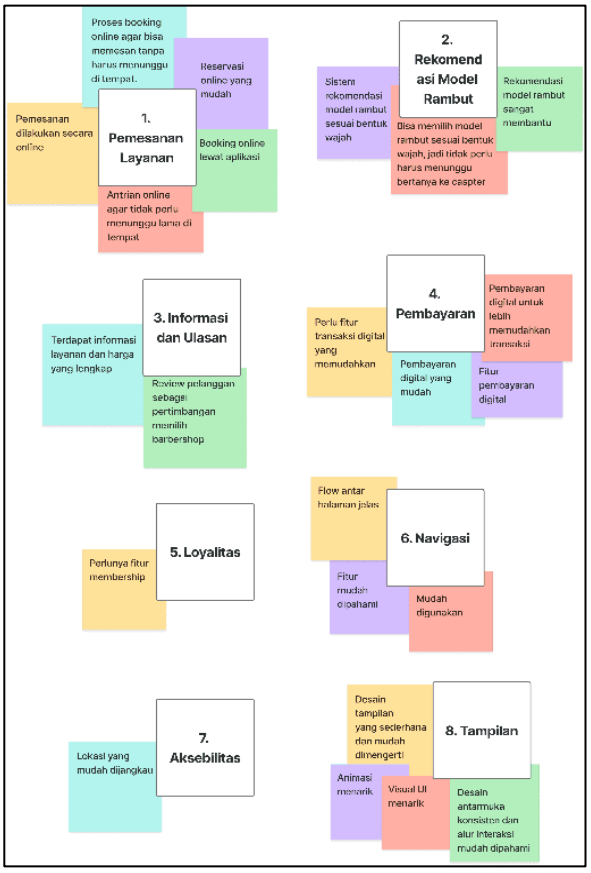
Gambar 6. Affinity Diagram Paint Points Pelanggan

Gambar 6 menunjukkan pain points permasalahan pelanggan yang terdiri dari tiga kategori, yaitu pengalaman menunggu dan pemesanan kurang efektif, pemilihan model rambut, dan keterbatasan informasi fasilitas layanan.

Gambar 7. Affinity Diagram Paint Points Barbershop

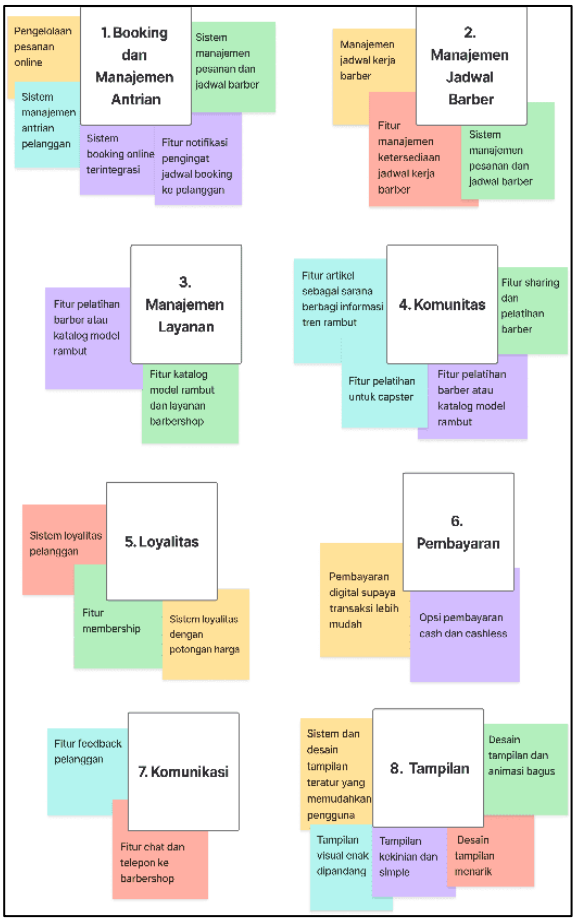
ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089

Gambar 7 menunjukkan *pain points* permasalahan barbershop yang terdiri dari lima kategori, yaitu pengalaman pengelolaan booking dan antrean, layanan dan jadwal barber, keterbatasan referensi model rambut, loyalitas pelanggan, dan sistem pembayaran.



Gambar 8. *Affinity Diagram* Ideasi Pelanggan

Gambar 8 menunjukkan ideasi pelanggan yang terdiri dari delapan kategori, yaitu pemesanan layanan, rekomendasi model rambut, informasi dan ulasan, pembayaran, loyalitas, navigasi, aksebilitas, dan tampilan.



Gambar 9. Affinity Diagram Ideasi Barbershop

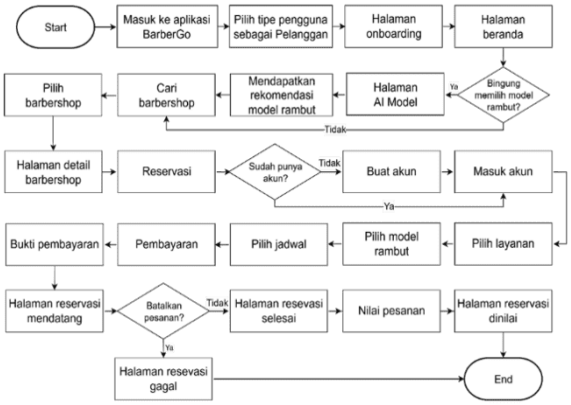
Gambar 9 menunjukkan ideasi barbershop yang terdiri dari delapan kategori, yaitu booking dan manajemen antrean, manajemen jadwal barber, manajemen layanan, komunitas, loyalitas, pembayaran, komunikasi, dan tampilan.

3.5 *Design Solutions*

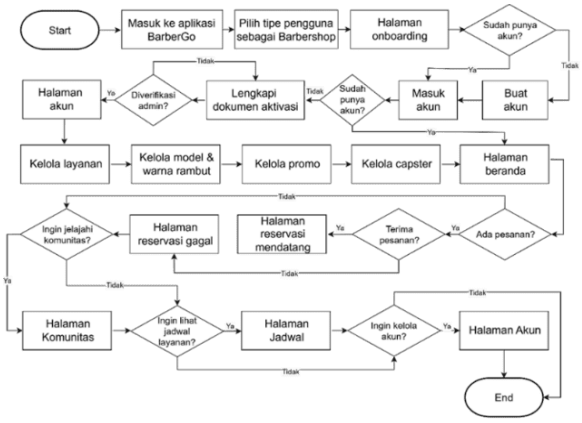
a. User Flow

User flow merupakan gambaran alur yang akan diambil pengguna, baik pelanggan maupun barbershop selama menggunakan aplikasi barbershop.

ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089



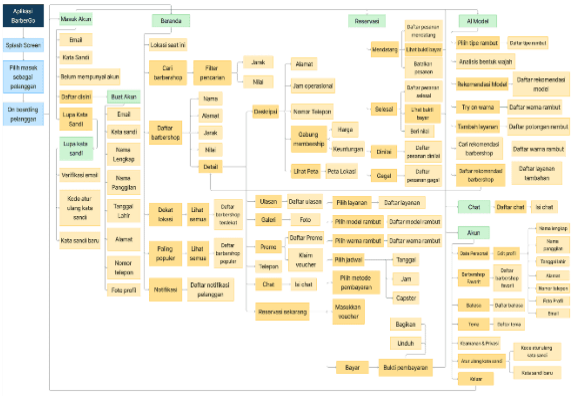
Gambar 10. *User Flow* Pelanggan



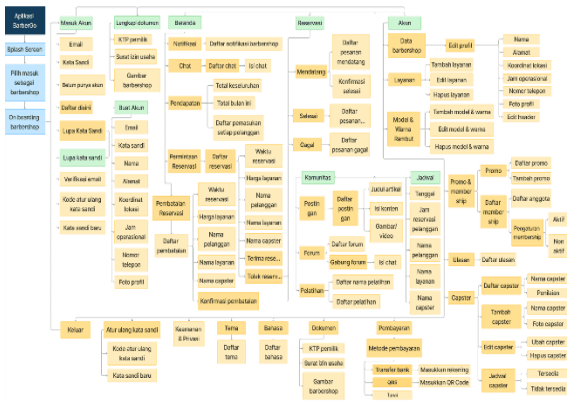
Gambar 11. *User Flow Barbershop*

b. Arsitektur Informasi

Setelah membuat *user flow* pada masing-masing pengguna, selanjutnya adalah tahap perancangan arsitektur informasi. Berikut merupakan arsitektur informasi pelanggan dan barbershop di aplikasi.



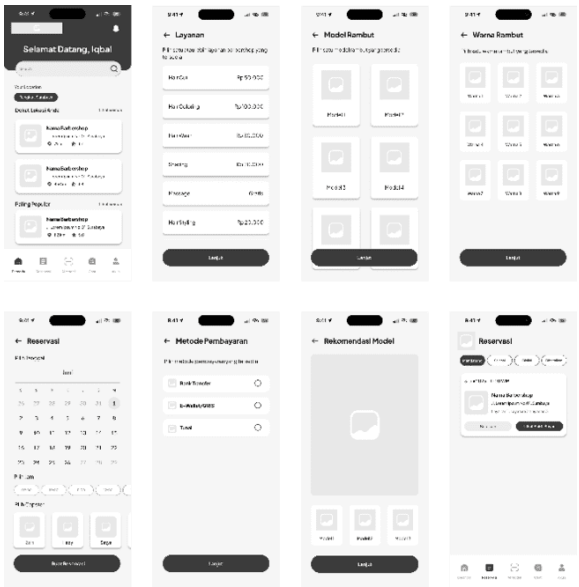
Gambar 12. Arsitektur Informasi Pelanggan



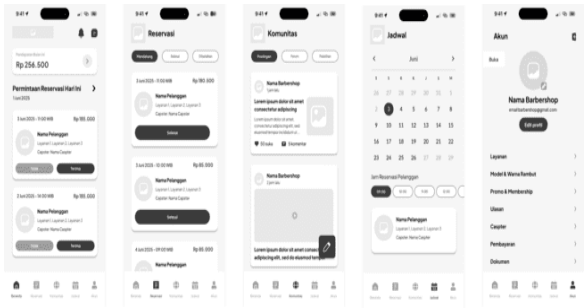
Gambar 13. Arsitektur Informasi Barbershop

c. Wireframe

Wireframe merupakan dasar kerangka aplikasi yang menjadi komponen penting dalam desain UI/UX. Berikut merupakan *wireframe* pelanggan dan barbershop di aplikasi.



Gambar 14. *Wireframe* Pelanggan

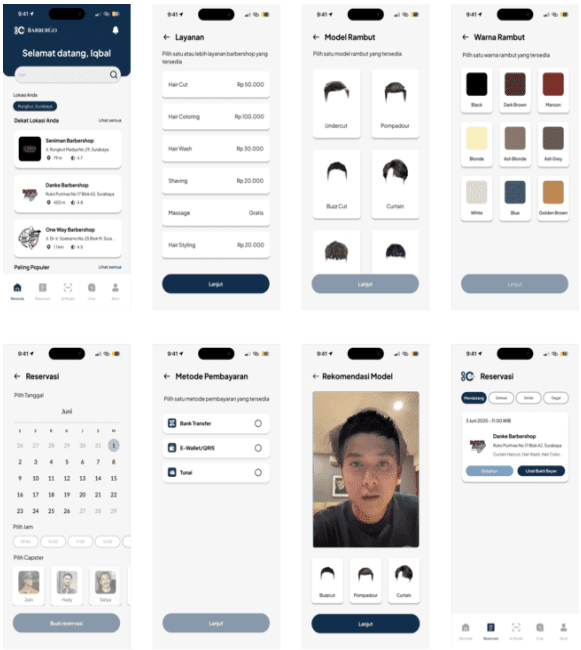


Gambar 15. *Wireframe Barbershop*

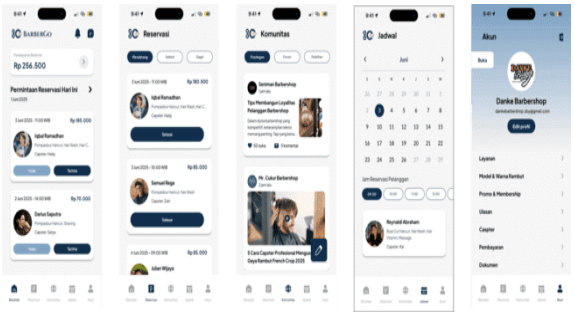
ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089

d. Mockup

Setelah merancang *wireframe*, langkah selanjutnya adalah membuat *mockup* dengan visual yang lebih rinci untuk merepresentasikan desain aplikasi. Berikut merupakan *mockup* pelanggan dan barbershop di aplikasi.



Gambar 16. *Mockup* Pelanggan



Gambar 17. *Mockup* Barbershop

3.6 *Evaluate Against Requirements*

a. Usability Testing Tahap Pertama

Berikut merupakan tabel rata-rata performa responden dan SUS dari hasil *usability testing* pelanggan dan barbershop.

Tabel 1. Rata-Rata Performa Pelanggan 1

Tugas	*Rata-rata Waktu Penyelesaian (detik)*	*Tingkat Kesalahan Klik*	*Berhasil Langsung*	*Berhasil Tidak Langsung*	*Tidak Berhasil*	*Tingkat Kegunaan*
1	114.1	16.9%	2	3	0	51.55%
2	16.4	34%	3	2	0	57.3%
3	39.6	32%	5	0	0	74%
4	118.7	39.4%	3	2	0	50.3%
5	24.6	33.9%	4	1	0	63.25%
6	95.2	21.8%	5	0	0	79.1%
			Rata-rata			***62.58%***

Tabel 2. Rata-Rata Performa Barbershop 1

Tugas	*Rata-rata Waktu Penyelesaian (detik)*	*Tingkat Kesalahan Klik*	*Berhasil Langsung*	*Berhasil Tidak Langsung*	*Tidak Berhasil*	*Tingkat Kegunaan*
1	119.1	16.7%	4	1	0	71.65%
2	27.5	20.8%	3	2	0	59.6%
3	5.3	0%	5	0	0	99.85%
4	48.7	41.5%	3	2	0	49.25%
5	16.6	26.3%	5	0	0	81.05%
6	23.4	46.2%	4	1	0	57.7%
7	77.7	32.2 %	3	2	0	53.9%
8	9.1	29.6 %	3	2	0	63.15%
9	51.6	27%	3	2	0	56.5%
10	22.9	11.8 %	1	4	0	45.15%
11	77.5	23.5%	5	0	0	78.25%
			Rata-rata			***65.09%***

Tabel 3. Penilaian SUS Pelanggan 1

Responden	*Q1*	*Q2*	*Q3*	*Q4*	*Q5*	*Q6*	*Q7*	*Q8*	*Q9*	*Q10*	*Nilai Jumlah x 2.5*
R1	4	3	4	1	3	3	4	3	2	4	57.5
R2	4	2	4	1	4	1	4	1	4	3	80
R3	4	2	3	1	4	3	4	4	2	4	57.5
R4	4	1	4	2	3	2	4	2	3	3	70
R5	4	1	4	1	3	2	4	4	3	4	65
				Rata-rata							***66***

Tabel 4. Penilaian SUS Barbershop 1

Responden	*Q1*	*Q2*	*Q3*	*Q4*	*Q5*	*Q6*	*Q7*	*Q8*	*Q9*	*Q10*	*Nilai Jumlah x 2.5*
R1	4	2	3	3	4	2	3	2	2	5	55
R2	3	3	4	2	4	2	4	1	3	3	67.5
R3	5	2	4	1	4	1	4	1	3	3	80
R4	4	1	3	1	3	3	5	1	2	5	65
R5	4	1	4	1	5	1	4	3	2	4	72.5
				Rata-rata							***68***

ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089

Pada tahap pertama pengujian *usability*, performa rata-rata yang dicapai baik oleh responden pelanggan maupun barbershop masih berada pada tingkat sedang atau cukup efisien. Pelanggan memperoleh nilai rata-rata 62,58%, sementara barbershop memperoleh 65,09%. Hasil ini menjadikan desain aplikasi masih memerlukan perbaikan. Sementara itu, melalui penilaian *System Usability Scale* (SUS)**,** pelanggan mendapatkan skor 66 dan barbershop 68. Kedua skor tersebut termasuk dalam kategori *marginal* dengan *grade* C serta kualitas "OK", yang artinya desain sudah dapat diterima, namun masih perlu peningkatan pada beberapa aspek untuk menghadirkan pengalaman pengguna yang lebih maksimal.

Tabel 5. Ringkasan Permasalahan

Halaman	*Issues*	*Solusi*
Detail barbershop pelanggan	Pelanggan bingung tidak ada tanda untuk melihat deskripsi barbershop.	Memindahkan semua halaman di deskripsi ke halaman detail barbershop
	Pelanggan tidak dapat menggeser gambar slideshow	Menambahkan efek geser otomatis dan manual pada slideshow gambar
Tema dan Bahasa pelanggan	Pelanggan tidak melihat adanya tanda konfirmasi perubahan bahasa dan tema	Menambahkan button konfirmasi perubahan bahasa dan tema
Ulasan Barbershop	Barbershop tidak bisa membalas ulasan dari pelanggan	Menambahkan fitur balas ulasan pelanggan

b. Usability Testing Tahap Kedua

Tabel 6. Rata-Rata Performa Pelanggan 2

Tugas	*Rata-rata Waktu Penyelesaian (detik)*	*Tingkat Kesalahan Klik*	*Berhasil Langsung*	*Berhasil Tidak Langsung*	*Tidak Berhasil*	*Tingkat Keguna an*
1	80.6	12.9%	5	0	0	83.55%
2	16.1	8.7%	4	1	0	80.1%
3	34.4	27.6%	5	0	0	76.2%
4	82.8	17.1%	5	0	0	81.45%
5	33	23.2%	5	0	0	78.4%
6	74.9	10.5%	5	0	0	84.75%
		Rata-rata				***80.74%***

Tabel 7. Rata-Rata Performa Barbershop 2

Tugas	*Rata-rata Waktu Penyelesaian (detik)*	*Tingkat Kesalahan Klik*	*Berhasil Langsung*	*Berhasil Tidak Langsung*	*Tidak Berhasil*	*Tingkat Keguna an*
1	99.6	15.8%	5	0	0	82.1%
2	23.5	11.8%	5	0	0	84.85%
3	6.7	6.7%	5	0	0	95.8%
4	41.8	9.8%	4	1	0	75.1%
5	10.4	17.9%	5	0	0	88.35%
6	21.8	14%	4	1	0	74.6%
7	33.4	18.1%	4	1	0	70.95%
8	34.9	19.4%	5	0	0	80.3%
9	9.1	21.9%	5	0	0	87%
10	14.9	25.1%	5	0	0	82.5%
11	72.8	12.9%	5	0	0	73.35%
		Rata-rata				***82.28%***

Tabel 8. Penilaian SUS Pelanggan 2

Responden	*Q1*	*Q2*	*Q3*	*Q4*	*Q5*	*Q6*	*Q7*	*Q8*	*Q9*	*Q10*	*Nilai Jumlah x 2.5*
R1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	100
R2	4	2	5	1	5	2	4	2	4	2	82.5
R3	5	1	5	1	5	1	4	1	5	1	97.5
R4	5	1	5	1	4	1	5	1	4	2	92.5
R5	5	1	5	1	5	2	4	1	5	2	92.5
				Rata-rata							***93***

Tabel 9. Penilaian SUS Barbershop 2

Responden	*Q1*	*Q2*	*Q3*	*Q4*	*Q5*	*Q6*	*Q7*	*Q8*	*Q9*	*Q10*	*Nilai Jumlah x 2.5*
R1	5	1	5	1	4	1	5	1	4	3	90
R2	5	2	5	1	5	2	5	1	5	1	95
R3	5	1	5	1	5	1	5	1	5	2	97.5
R4	5	1	4	1	5	1	5	1	4	1	95
R5	5	1	5	1	5	1	5	1	4	3	92.5
				Rata-rata							***94***

ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089

Pada tahap kedua pengujian *usability*, performa rata-rata yang dicapai baik oleh responden pelanggan maupun barbershop sangat meningkat. Pelanggan memperoleh nilai rata-rata 80.74%, sementara barbershop memperoleh 82,28%. Hasil ini menjadikan desain aplikasi termasuk level tinggi dan sudah baik. Sementara itu, melalui penilaian *System Usability Scale* (SUS)**,** pelanggan mendapatkan skor 93 dan barbershop 94. Kedua skor tersebut termasuk dalam kategori *acceptable* dengan *grade* A serta kualitas "*Best Imaginable*", yang artinya desain sudah dapat diterima dan layak digunakan oleh pelanggan dan barbershop. Berikut merupakan perbandingan hasil evaluasi tahap 1 dan 2.

Tabel 10. Perbandingan Nilai Tingkat Kegunaan Tahap 1 dan 2

	Usability Testing		
	Tahap 1	***Tahap 2***	***Peningkatan***
Pelanggan	62.58%	80.74%	+18.16%
Barbershop	65.09%	82.28%	+17.19%

Tabel 10 menunjukkan perbandingan nilai *usability* pada tahap 1 dan 2, dimana terdapat peningkatan performa dari sisi pelanggan sebesar 18.16% dan barbershop sebesar 17.19%.

Tabel 11. Perbandingan Nilai SUS Tahap 1 dan 2

	Usability Testing		
	Tahap 1	***Tahap 2***	***Peningkatan***
Pelanggan	66	93	+27
Barbershop	68	94	+26

Tabel 11 menunjukkan perbandingan nilai SUS pada tahap 1 dan 2, dimana terdapat peningkatan dari sisi pelanggan sebesar 27 dan barbershop sebesar 26.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh tahapan yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan rancangan desain antarmuka serta pengalaman pengguna untuk aplikasi marketplace barbershop berbasis mobile dengan menerapkan metode *User Centered Design* (UCD) melalui dua kali iterasi. Permasalahan utama pelanggan berkaitan dengan kesulitan dalam memilih model rambut, pemesanan, serta keterbatasan informasi layanan yang tersedia. Sementara itu, dari barbershop, kendala yang muncul meliputi pengelolaan pesanan pelanggan dan layanan barbershop, dimana saat ini belum terdapat aplikasi barbershop yang memiliki desain antarmuka yang optimal untuk mengatasi permasalahan keduanya. Melalui proses iterasi desain dan evaluasi, diperoleh hasil bahwa tingkat *usability* aplikasi mencapai 80,74% pada pelanggan dan 82,28% pada barbershop. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aplikasi ini termasuk dalam kategori tinggi dan sudah baik. Selain itu, hasil evaluasi menggunakan *System Usability Scale* (SUS) memperoleh skor 93 pada pelanggan dan 94 pada barbershop, sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem ini dapat diterima dengan baik dan telah layak digunakan.

ISSN : 1411-1624
e-ISSN: 2621-8089

DAFTAR PUSTAKA

[1] S. Sarfiah, H. Atmaja, and D. Verawati, "UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa," *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, vol. 4, no. 2, pp. 1–189, Oct. 2019, doi: 10.31002/rep.v4i2.1952.

[2] L. L. Pati *et al.*, "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA STUDIO BARBERSHOP," 2023. [Online]. Available: https://e-journal.stispolwb.ac.id

[3] A. Ahdiat, "Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia Meningkat Usai Pandemi," Databoks. Accessed: Sep. 29, 2024. [Online]. Available: https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/d652c65ba2299eb/nilai-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia-meningkat-usai-pandemi

[4] Supadilah, "Peluang Usaha Barbershop," UKMINDONESIA.ID. Accessed: Feb. 16, 2025. [Online]. Available: https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-usaha-barbershop#:~:text=Saat%20ini%20tercatat%20hingga%20saat,yang%20tersebar%20di%20seluruh%20Indonesia.

[5] Y. P. A. Widodo, "Barbershop Surabaya : Bukan sekedar bisnis, tapi kenyamanan pelanggan," rri.co.id. Accessed: Sep. 29, 2024. [Online]. Available: https://www.rri.co.id/bisnis/785831/barbershop-surabaya-bukan-sekedar-bisnis-tapi-kenyamanan-pelanggan

[6] B. Hambarto, "STUDI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH BARBERSHOP DI SURABAYA TIMUR."

[7] J. K. Ekonomi *et al.*, "Oikos-Nomos: TRANSFORMASI DIGITAL DAN STRATEGI MANAJEMEN," *Jurnal Oikos-Nomos*, vol. 16, p. 2023.

[8] D. Irawan and S. Kasih Bangsa, "Peran Artificial Intelegence (AI) dalam Mempersonalisasi Pengalaman Pelanggan," *Jurnal Inspirasi Mengabdi Untuk Negeri*, vol. 4, no. 1, pp. 134–140, doi: 10.58192/sejahtera.v4i1.2986.

[9] F. Fernando, "Perancangan User Interface (UI) & User Experience (UX) Aplikasi Pencari Indekost di Kota Padangpanjang," *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*, vol. 7, no. 2, p. 101, 2020. doi: 10.26858/tanra.v7i2.13670

[10] D. P. Nugroho and R. Sari, "Analisis UI/UX menggunakan Metode User Centered-Design Pada Aplikasi TSP Mobile." [Online]. Available: http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech

[11] R. P. Sari, A. Fatudin, R. E. Saputro, and D. Arifudin, "Optimizing the Blood Donation App with Gamification Using User-Centered Design," *Sinkron*, vol. 9, no. 1, pp. 83–95, Jan. 2024, doi: 10.33395/sinkron.v9i1.12988.

[12] Z. A. W. Sugandi and K. N. Isnaini, "Perancangan Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna dari Aplikasi Marketplace Bahan Makanan Dapur: Metode User-Centered Design," *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (JustIN)*, vol. 11, no. 3, p. 571, Jul. 2023, doi: 10.26418/justin.v11i3.67793.

[13] D. A. Titania, L. Kurniawati, and T. Haryanti, "Perancangan Desain UI/UX Sistem Informasi Pengarsipan Surat Menggunakan Metode User Centered Design," *METIK JURNAL*, vol. 8, no. 1, pp. 1–9, Jun. 2024, doi: 10.47002/metik.v8i1.686.

[14] Y. S. Purbo, F. S. Utomo, and Y. Purwati, "ANALISIS DAN PERANCANGAN ANTARMUKA APLIKASI WISATA MENGGUNAKAN METODE USER-CENTERED DESIGN (UCD)," *Jurnal Teknologi Terpadu*, vol. 9, no. 2, pp. 123–132, Aug. 2023.

[15] M. C. S. Islami, N. C. Wibowo, and M. I. Afandi, "Perancangan UI/UX Aplikasi Marketplace Barbershop Menggunakan Metode Design Thinking," 2024. [Online]. Available: http://jurnal.mdp.ac.id