

**PERANCANGAN APLIKASI CUKUR RAMBUT
ONLINE DENGAN MENGGUNAKAN METODE
DESAIN INTERAKSI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Ivan Julian

NPM : 6131801022



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2022**

***ONLINE HAIRCUT APPLICATION DESIGN
USING INTERACTION DESIGN METHOD***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh:

Nama : Ivan Julian

NPM : 6131801022



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Ivan Julian
NPM : 6131801022
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : PERANCANGAN APLIKASI CUKUR RAMBUT *ONLINE*
DENGAN MENGGUNAKAN METODE DESAIN INTERAKSI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2022

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri

(Dr. Ceccalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal

(Loren Pratiwi, S.T., M.T.)



Program Studi Sarjana Teknik Industri
Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan

Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ivan Julian
NPM : 6131801022

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“PERANCANGAN APLIKASI CUKUR RAMBUT *ONLINE* DENGAN MENGUNAKAN METODE DESAIN INTERAKSI”

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 1 Agustus 2022

Ivan Julian
6131801022

ABSTRAK

Pada masa pandemi, banyak hal baru yang dilakukan sehari-hari dan secara perlahan mulai berubah menjadi kebiasaan, salah satunya adalah aktivitas *online*. Di Indonesia, salah satu kegiatan *online* yang paling sering dilakukan adalah membeli barang atau jasa. Untuk menunjang kegiatan belanja *online* tersebut maka dibuat berbagai macam aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan secara *online* adalah cukur rambut. Namun masih banyak pengusaha cukur rambut yang mengalami penurunan pendapatan di masa pandemi karena jumlah pelanggan yang berkurang. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi baru sebagai penghubung antara pengguna dan pengusaha cukur rambut dengan menggunakan metode Desain Interaksi.

Tahap pertama yang dilakukan pada Desain Interaksi adalah *Establishing Requirements*, yaitu untuk memperoleh kebutuhan pengguna secara mendalam. Kemudian dilanjutkan dengan proses perancangan alternatif *design* dan survei pada tahap *Designing Alternatives*. Alternatif yang terpilih akan dikembangkan pada tahap *Prototyping*. Dan akan dilakukan pengujian pada tahap *Testing* untuk mengetahui apakah sudah sesuai dengan aspek-aspek yang ditentukan.

Pada penelitian ini dihasilkan satu buah *prototype* aplikasi yang diberi nama DAPR. Dengan menggunakan aplikasi ini maka pengguna dapat dengan mudah melakukan pemesanan cukur rambut di rumah atau *booking* ke *barbershop* secara *online*. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, diketahui bahwa *prototype* aplikasi DAPR memperoleh hasil sebesar 100% untuk tingkat efektivitas, 70% untuk tingkat efisiensi, dan skor sebesar 86,75 untuk aspek usability. Selain itu didapati juga bahwa 9 dari 10 pengguna menyatakan bahwa mereka merasa puas terhadap aplikasi DAPR dan berencana untuk menggunakan aplikasi tersebut jika dirilis di kemudian hari.

ABSTRACT

During the pandemic, many new things are done everyday and slowly begin to turn into habits, one of which is online activities. In Indonesia, one of the most common online activities is buying goods or services. To support online shopping activities, various applications are made according to user needs. One of the activities that can be done online is shaving hair. However, there are still many hairdressing entrepreneurs who experience a decline in income during the pandemic due to the reduced number of customers. Therefore, this study aims to design a new application as a liaison between the user and the barber business using the Interaction Design method.

The first stage carried out in the Interaction Design is Establishing Requirements, which is to obtain in-depth user needs. Then proceed with the process of designing alternative designs and surveys at the Designing Alternatives stage. The selected alternatives will be developed at the Prototyping stage. And will be tested at the Testing stage to find out whether it is in accordance with the specified aspects.

In this study, an application prototype was produced, which was named DAPR. By using this application, users can easily order haircuts at home or book online barbershops. Based on the tests carried out, it is known that the DAPR application prototype obtained results of 100% for the level of effectiveness, 70% for the level of efficiency, and a score of 86.75 for the usability aspect. In addition, it was also found that 9 out of 10 users stated that they were satisfied with the DAPR application and plan to use the application if it is released in the future.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Perancangan Aplikasi Cukur Rambut *Online* Dengan Menggunakan Metode Desain Interaksi” dengan baik. Skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katolik Parahyangan. Laporan skripsi yang dituliskan ini tidak lepas dari hambatan serta tantangan. Selama proses penyusunan laporan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Loren Pratiwi, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan tenaga serta waktu untuk membimbing penulis dengan sabar serta memberikan saran dan ide kepada penulis selama melakukan penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Johanna Renny Octavia Hariandja, S.T., M.Sc., PDEng dan Bapak Daniel Siswanto, S.T., M.T. selaku dosen penguji proposal yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran dalam proses pengembangan skripsi.
3. Kedua orang tua dan kakak penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi dan studi.
4. Seluruh dosen Program Studi Teknik Industri UNPAR yang telah memberikan ilmu, arahan, dan saran selama perkuliahan.
5. Seluruh responden yang telah bersedia untuk diwawancarai dan menyempatkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
6. Albert Christian Suwanto, Cheryl Ryvi, Jehezkiel Putra Minto, Manuel Billie Sentoso, Matthew Majesta Raihan Aldi Gunawan, Michael Deano Anggara, Stefanie Sumartono, Stephen Novanto, Vanessa Geraldine Sufeno, dan William Asali yang telah membagikan canda dan tawa serta menjadi teman terdekat penulis dari awal SMA hingga sekarang.

7. Ferry Setiawan, Jody Julian Liando, Kevin Owen Padlan, Russell Shan Verrel, dan Raymond Leonardo, selaku teman dekat penulis yang telah menemani perjalanan penulis selama masa perkuliahan.
8. Aubrey Dimitri, Benedikta Jazlyn, dan Milka Vanessa selaku teman dekat penulis yang telah memberikan saran dan masukan serta bantuan ketika penulis menghadapi hambatan selama proses pengerjaan skripsi.
9. Ignatius Kevin Pranata dan Stanley Surya Sanjaya selaku teman dekat penulis yang telah saling berbagi cerita, memberikan masukan, dan semangat selama masa pembuatan skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan kelas B Teknik Industri UNPAR angkatan 2018 yang telah memberikan semangat dan bantuan serta dukungan selama masa perkuliahan.
11. Pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung selama masa penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta tidak lepas dari kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan masukan dari pembaca yang kiranya dapat melengkapi skripsi ini. Besar harapan penulis bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang terkait serta bagi pembaca.

Bandung, 1 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | I-1 |
| I.1 Latar Belakang | I-1 |
| I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah | I-4 |
| I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian..... | I-19 |
| I.4 Tujuan Penelitian | I-20 |
| I.5 Manfaat Penelitian | I-20 |
| I.6 Metodologi Penelitian..... | I-20 |
| I.7 Sistematika Penulisan..... | I-24 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | II-1 |
| II.1 <i>Barbershop</i> | II-1 |
| II.2 Pangkas Rambut..... | II-1 |
| II.3 Desain Interaksi | II-2 |
| II.4 Empathy Interview..... | II-3 |
| II.5 Empathy Map | II-4 |
| II.6 Persona..... | II-4 |
| II.7 User Flow | II-4 |
| II.8 Wireframe..... | II-5 |
| II.9 Proses <i>Prototyping</i> | II-5 |
| II.10 Effectiveness..... | II-6 |
| II.11 Efficiency..... | II-6 |
| II.12 <i>SUS Questionnaire</i> | II-7 |
| BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA | III-1 |
| III.1 <i>Establishing Requirements</i> | III-1 |
| III.1.1 <i>Empathize</i> | III-1 |
| III.1.2 <i>Empathy Map</i> | III-3 |

| | | |
|--|---|-------------|
| III.1.3 | <i>List of Requirements</i> | III-4 |
| III.1.4 | Persona | III-7 |
| III.2 | <i>Designing Alternatives</i> | III-7 |
| III.2.1 | Perancangan <i>Mid-Fidelity Wireframe</i> | III-8 |
| III.2.2 | Pemilihan Alternatif <i>Design</i> | III-15 |
| III.3 | <i>Prototyping</i> | III-17 |
| III.3.1 | Pembuatan <i>User Flow</i> | III-18 |
| III.3.2 | Pembuatan Wireframe..... | III-20 |
| III.3.3 | <i>High-fidelity Interface Prototype</i> | III-21 |
| III.4 | <i>Testing</i> | III-28 |
| III.4.1 | <i>Effectiveness & Efficiency Test</i> | III-28 |
| III.4.2 | <i>SUS Questionnaire</i> | III-31 |
| III.4.3 | <i>User Feedback</i> | III-32 |
| III.5 | <i>Refinement</i> | III-36 |
| BAB IV | ANALISIS | IV-1 |
| IV.1 | Analisis Pemilihan Metode Desain Interaksi | IV-1 |
| IV.2 | Analisis Tahap <i>Establishing Requirements</i> | IV-2 |
| IV.3 | Analisis Tahap <i>Designing Alternatives</i> | IV-3 |
| IV.4 | Analisis Tahap <i>Prototyping</i> | IV-5 |
| IV.5 | Analisis Tahap <i>Testing</i> | IV-7 |
| IV.6 | Analisis Tahap <i>Refinement</i> | IV-10 |
| IV.7 | Manfaat Penggunaan Aplikasi..... | IV-10 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | V-1 |
| V.1 | Kesimpulan..... | V-1 |
| V.2 | Saran..... | V-2 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |
| RIWAYAT HIDUP PENULIS | | |
| BERITA ACARA SIDANG PROPOSAL | | |
| HASIL PENGUJIAN <i>SIMILARITY</i> | | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|--------|
| Tabel I.1 Hasil Wawancara Pengguna | I-11 |
| Tabel I.2 Hasil Wawancara Pekerja atau Pemilik Usaha Cukur Rambut..... | I-13 |
| Tabel III.1 Rekap Hasil Empathy Interview Pengguna | III-2 |
| Tabel III.2 Daftar Kebutuhan Pengguna..... | III-5 |
| Tabel III.3 Rekap Pemilihan Alternatif Design..... | III-16 |
| Tabel III.4 Effectiveness Aplikasi DAPR..... | III-29 |
| Tabel III.5 Efficiency Aplikasi DAPR..... | III-29 |
| Tabel III.6 Pernyataan SUS Questionnaire | III-31 |
| Tabel III.7 Hasil Skor SUS..... | III-32 |
| Tabel III.8 Rekap User Feedback..... | III-33 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|---------------|--|--------|
| Gambar I.1 | Aktifitas Belanja Online Mingguan | I-2 |
| Gambar I.2 | Aplikasi Dengan Pengguna Aktif Terbanyak Pada Tahun 2021 | I-3 |
| Gambar I.3 | Tempat Cukur Rambut..... | I-6 |
| Gambar I.4 | Pelayanan yang Dipesan Ketika Cukur Rambut | I-7 |
| Gambar I.5 | Jumlah Uang yang Dibayar Ketika Cukur Rambut..... | I-7 |
| Gambar I.6 | Pelayanan yang Diharapkan Oleh Responden | I-8 |
| Gambar I.7 | Persentase Ketertarikan Responden | I-9 |
| Gambar I.8 | Wadah yang Diharapkan..... | I-9 |
| Gambar I.9 | Fitur yang Diharapkan | I-10 |
| Gambar I.10 | Interface Aplikasi D’Kapster | I-16 |
| Gambar I.11 | Interface Aplikasi Houzcall | I-17 |
| Gambar I.12 | Interface Aplikasi Captain Barbershop | I-18 |
| Gambar I.13 | Metodologi Penelitian | I-21 |
| Gambar II.1 | Bentuk Standar SUS Questionnaire..... | II-7 |
| Gambar III.1 | Empathy Map Pengguna..... | III-4 |
| Gambar III.19 | Booking Page At Home | III-25 |
| Gambar IV.1 | Color Pallete Aplikasi DAPR..... | IV-6 |
| Gambar IV.2 | SUS Acceptability Score | IV-9 |

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: PROTOTYPE APLIKASI DAPR

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini dilakukan pembahasan mengenai bagian pendahuluan dari penelitian yang dilakukan. Bab ini terdiri dari latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metodologi penelitian. Berikut merupakan penjelasan dari bab pendahuluan.

I.1 Latar Belakang

Penyakit COVID-19 (*Coronavirus Disease 2019*) merupakan penyakit infeksi saluran pernapasan yang menular dan disebabkan oleh virus SARS-CoV-2. Sejak bulan Maret 2020, pihak WHO (*World Health Organization*) menyatakan bahwa penyakit COVID-19 adalah sebuah pandemi dan pemerintah Indonesia juga mengeluarkan kebijakan untuk melakukan *physical distancing* serta *social distancing*. Menurut Wibowo (2020), kebijakan pembatasan tersebut mengakibatkan penurunan yang drastis terhadap aktivitas serta pergerakan orang-orang di Indonesia. Karena pembatasan tersebut, pada masa pandemi seperti saat ini banyak sekali hal baru yang dilakukan sehari-hari. Secara perlahan hal tersebut mulai berubah menjadi suatu kebiasaan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Menurut Agus (2020), salah satu kebiasaan baru yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan adalah pemesanan secara online. Selain itu Agus juga menyampaikan bahwa hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar tetap memperhatikan protokol kesehatan yang berlaku untuk mencegah penyebaran virus COVID-19, sehingga aktivitas yang dilakukan akan cenderung lebih banyak dilakukan secara *online*.

Menurut Fisika, Aria, dan Putri (2020), terdapat tiga buah komponen yang mendukung pelaksanaan aktivitas secara online, yaitu perangkat lunak (*software*), perangkat keras (*hardware*), dan yang mengoperasikan. Terdapat beberapa perbedaan serta jenis yang beragam antara perangkat lunak dengan perangkat keras. Salah satu contoh bagian dari perangkat lunak dan perangkat keras yang sering digunakan di dalam kehidupan sehari-hari adalah aplikasi dan

smartphone. Menurut Hauliah dan Guntur (2014), dengan memanfaatkan aplikasi *mobile* maka seseorang dapat dengan mudah melakukan mobilitas seperti hiburan, berjalan, belajar, *browsing*, dan sebagainya melalui *smartphone*.

Hingga saat ini sudah banyak aplikasi yang dibuat dan digunakan oleh orang-orang untuk membantu memudahkan mereka dalam menunjang segala kebutuhan sehari-hari. Berdasarkan pada studi dan riset yang dilakukan oleh We Are Social dan Kepios pada tahun 2022 mengenai bagaimana orang-orang di Indonesia menggunakan perangkat dan layanan yang terhubung, dapat diketahui apa saja aktivitas utama yang dilakukan oleh orang-orang ketika berbelanja secara *online* setiap minggu dan juga apa saja aplikasi yang memiliki pengguna aktif terbanyak pada tahun 2021. Berikut merupakan Gambar 1.1 yang menjelaskan mengenai kegiatan belanja *online* mingguan yang paling sering dilakukan di Indonesia.



Gambar 1.1 Aktifitas Belanja Online Mingguan
(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>)

Berdasarkan Gambar 1.1, dapat diketahui bahwa kegiatan belanja *online* yang paling sering dilakukan di Indonesia adalah membeli barang atau jasa. Selain kegiatan tersebut terdapat juga kegiatan lain yang sering dilakukan ketika berbelanja *online* seperti menggunakan fitur *pay later* untuk berbelanja, membeli kebutuhan bahan makanan, menggunakan layanan perbandingan harga, dan membeli barang bekas. Untuk menunjang kegiatan belanja *online* tersebut maka dibuat berbagai macam aplikasi yang sesuai dan dapat memenuhi kebutuhan

pengguna. Berikut merupakan Gambar 1.2 yang menjelaskan mengenai aplikasi di Indonesia dengan pengguna aktif terbanyak pada tahun 2021.



Gambar 1.2 Aplikasi Dengan Pengguna Aktif Terbanyak Pada Tahun 2021
(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>)

Pada Gambar 1.2 dapat diketahui bahwa terdapat 2 aplikasi *e-commerce* dan 1 aplikasi penyedia layanan/jasa yang memiliki pengguna aktif terbanyak pada tahun 2021 yaitu Shopee, Tokopedia, dan Gojek. Aplikasi Shopee dan Tokopedia sering digunakan untuk membeli barang secara *online*, sedangkan aplikasi Gojek menawarkan layanan transportasi berupa jasa seperti ojek *online*. Menurut Alita (2021), kegiatan belanja online dilakukan karena hal tersebut jauh lebih praktis untuk dilakukan di masa pandemi seperti saat ini. Selain membeli barang dan menggunakan layanan ojek secara *online*, terdapat juga salah satu bisnis jasa yang cukup umum dan sering digunakan untuk memenuhi kebutuhan, yaitu tempat cukur rambut.

Menurut Husni (2021), mencukur rambut bukan hanya sekedar memotong rambut saja, melainkan sebuah skill serta pelayanan yang dituangkan ke dalam sebuah jasa. Setiap orang bisa memotong rambutnya sendiri, namun dibutuhkan keahlian khusus agar hasil potongan rambut yang didapatkan sesuai dengan harapan yang diinginkan. Namun masih banyak pengusaha tempat pangkas rambut atau *barbershop* dan salon yang mengalami penurunan pendapatan di masa pandemi karena jumlah pelanggan yang berkurang. Hal tersebut disebabkan karena untuk melakukan kegiatan cukur rambut, para pekerja

yang ada di tempat pangkas rambut atau *barbershop* dan salon harus berinteraksi secara langsung dengan pelanggan yang ada. Kegiatan untuk berinteraksi tersebut menjadi terbatas dan sulit karena adanya regulasi-regulasi terkait protokol kesehatan yang harus dipatuhi dimasa pandemi COVID-19 saat ini. Selain itu menurut PPRG (Persaudaraan Pemangkas Rambut Garut), terdapat sekitar 2500 orang pekerja usaha pangkas rambut atau *barbershop* yang pulang kampung karena usaha pangkas rambut atau *barbershop* miliknya gulung tikar akibat COVID-19. Terdapat juga beberapa perubahan yang diterapkan di tempat usaha pangkas rambut atau *barbershop* dan salon agar dapat tetap menjalankan usaha tersebut. Menurut BBC News Indonesia (2020), beberapa perubahan yang mulai diterapkan di tempat usaha pangkas rambut atau *barbershop* dan salon adalah tidak ada lagi ruang tunggu untuk pelanggan, tidak ada majalah, dan peraturan wajib terkait penggunaan masker baik bagi pelanggan maupun tukang cukur.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Di masa pandemi seperti saat ini, banyak sekali kegiatan interaksi sosial yang dibatasi untuk mencegah terjadinya penularan COVID-19. Menurut Jarnawi (2020), kontak fisik merupakan salah satu media yang dapat menjadi sarana penularan COVID-19. Namun, tidak dapat dipungkiri juga bahwa terdapat beberapa kegiatan yang tetap harus melibatkan kontak fisik. Salah satu kegiatan yang melibatkan kontak fisik dan tetap dilakukan di masa pandemi adalah cukur rambut. Menurut Ahmad dan Akhmad (2020), hal tersebut dilakukan karena beberapa orang ingin memiliki penampilan yang rapi dan bersih.

Setelah melakukan studi literatur, maka selanjutnya akan dilakukan proses identifikasi masalah. Agar dapat mengetahui masalah serta kebutuhan yang ada dengan tepat, maka dilakukan pengumpulan data terlebih dahulu. Langkah pertama yang dilakukan adalah menyebarkan kuesioner seputar cukur rambut. Jenis kuesioner yang disebarkan adalah kuesioner campuran karena terdapat beberapa pertanyaan terbuka (*open question*) dan pertanyaan tertutup (*close question*). Dengan memberikan pertanyaan tertutup, maka responden dapat menjawab pertanyaan yang ada dengan lebih efektif karena responden hanya perlu memilih berdasarkan pilihan jawaban yang sudah disediakan, sedangkan dengan memberikan pertanyaan terbuka, maka responden dapat memberikan pendapat pribadinya terkait pertanyaan yang diberikan. Selain

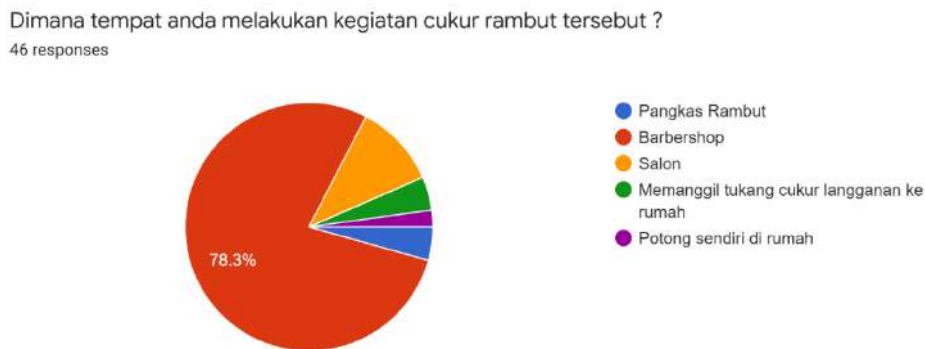
melakukan penyebaran kuesioner, terdapat juga beberapa kegiatan wawancara yang dilakukan. Proses wawancara dilakukan kepada para pemilik atau pekerja dari usaha cukur rambut (*barbershop*, pangkas rambut, dan salon). Dengan melakukan kegiatan wawancara maka informasi yang diperoleh akan lebih lengkap dan mendalam.

Penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 28 Februari hingga 4 Maret 2022. Kuesioner dibuat dengan menggunakan *Google Form* dan disebarluaskan melalui media sosial. Terdapat 46 responden laki-laki yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner tersebut. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada para responden.

1. Nama responden
2. Usia responden
3. Apakah di masa pandemi seperti saat ini anda pernah melakukan kegiatan cukur rambut?
4. Mengapa anda tidak pernah melakukan kegiatan cukur rambut di masa pandemi?
5. Dimana tempat anda melakukan kegiatan cukur rambut tersebut?
6. Apa alasan anda melakukan kegiatan cukur rambut di tempat tersebut?
7. Pelayanan seperti apa yang biasa anda pesan ketika melakukan kegiatan cukur rambut?
8. Berapa uang yang biasa anda bayar dalam 1x cukur rambut?
9. Mengapa anda memilih untuk cukur rambut sendiri di rumah?
10. Peralatan cukur rambut apa yang biasa anda gunakan di rumah?
11. Apakah anda tertarik, jika terdapat sebuah wadah yang dapat membantu anda untuk menghubungkan anda dengan para pekerja jasa cukur rambut?
12. Apa alasan anda memilih jawaban tersebut?
13. Wadah seperti apakah yang anda harapkan?
14. Apa alasan anda memilih wadah tersebut?
15. Apa saja fitur yang anda inginkan untuk ada pada wadah tersebut?

Terdapat beberapa pertanyaan yang hanya dapat dijawab jika responden memilih pilihan jawaban tertentu pada pertanyaan sebelumnya, seperti pertanyaan nomor 4 yang hanya akan muncul pada *Google Form* jika responden memilih pilihan jawaban "Tidak" pada pertanyaan nomor 3. Berdasarkan data yang

diperoleh, didapati bahwa usia responden berkisar di antara 15-23 tahun, namun yang paling mendominasi adalah responden yang berusia 21 tahun yaitu sebanyak 29 orang atau 63% dari total responden. Dari 46 responden tersebut, didapati bahwa seluruh responden menyatakan mereka pernah melakukan kegiatan cukur rambut di masa pandemi. Terdapat beberapa tempat yang menjadi pilihan para responden untuk melakukan kegiatan cukur rambut. Berikut adalah Gambar 1.3 yang merupakan tempat para responden biasa melakukan kegiatan cukur rambut.



Gambar 1.3 Tempat Cukur Rambut

Berdasarkan Gambar 1.3, dapat diketahui bahwa sebanyak 36 responden melakukan kegiatan cukur rambut di *barbershop*. Kemudian terdapat juga 5 responden yang melakukan cukur rambut di salon. Selain itu, terdapat masing-masing 2 responden yang melakukan cukur rambut di tempat pangkas rambut dan memanggil tukang cukur langganan ke rumah. Dan terakhir, terdapat 1 responden yang memotong rambut sendiri di rumah dengan menggunakan gunting rambut, *clipper*, sisir, dan juga *apron*. Terdapat beberapa hal yang menyebabkan para responden memilih tempat tersebut untuk cukur rambut. Beberapa hal yang menjadi alasan utama pemilihan tempat tersebut adalah karena potongan rambut yang diberikan bagus dan sesuai dengan yang diharapkan, para responden juga menginginkan agar penampilan mereka menjadi lebih rapi. Selain itu terdapat juga beberapa responden yang menjawab karena sudah menjadi pelanggan lama dari tempat tersebut. Tempat yang nyaman, bersih, dekat dengan tempat tinggal, dan menerapkan protokol kesehatan yang berlaku juga menjadi salah satu alasan responden dalam menentukan tempat cukur rambut. Untuk responden yang memilih melakukan cukur rambut di rumah sendiri, menjadikan faktor keamanan sebagai alasan utama mereka dan juga karena tukang cukur langganan mereka

menerima panggilan ke rumah. Namun beberapa responden memilih untuk memotong rambut sendiri karena takut tertular COVID-19, ingin berhemat, dan juga karena tempat cukur langganan mereka tutup di masa pandemi.

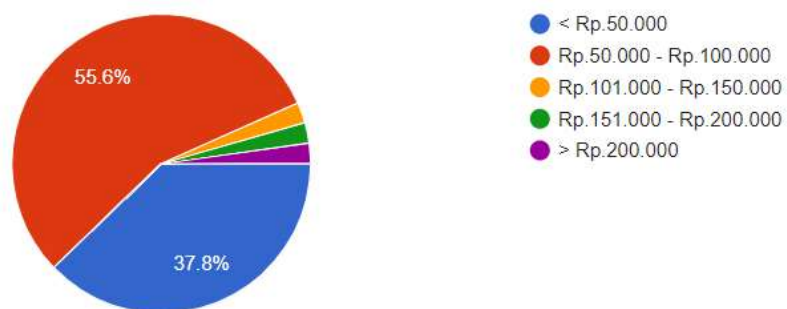


Gambar I.4 Pelayanan yang Dipesan Ketika Cukur Rambut

Pada Gambar I.4 dapat dilihat bahwa terdapat beberapa jenis pelayanan yang dipesan oleh responden selain cukur rambut. Beberapa pelayanan yang paling sering dipesan juga adalah bilas biasa (*hairwash*), pijat, *hair styling*, *hair tonic*, *shave*, pomade, dan *creambath*. Selanjutnya terdapat Gambar I.5 mengenai jumlah uang yang biasa dikeluarkan oleh responden dalam 1 kali melakukan cukur rambut.

Berapa uang yang biasa anda bayar dalam 1x cukur rambut ?

45 responses



Gambar I.5 Jumlah Uang yang Dibayar Ketika Cukur Rambut

Berdasarkan data pada Gambar I.5, dapat diketahui bahwa responden biasanya mengeluarkan uang untuk 1 kali cukur rambut sekitar Rp50.000 –

Rp100.000. Namun terdapat 17 responden yang juga mengeluarkan uang dibawah Rp50.000 dalam 1 kali cukur rambut. Selanjutnya terdapat Gambar I.6 yang merupakan pelayanan yang diharapkan oleh responden.

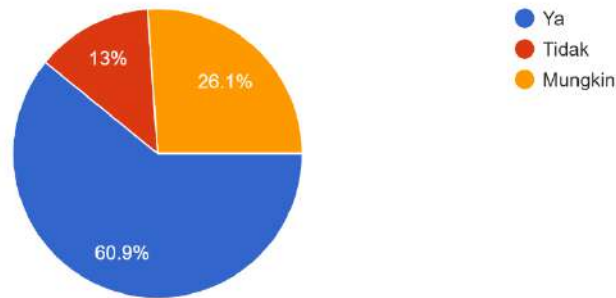


Gambar I.6 Pelayanan yang Diharapkan Oleh Responden

Dapat dilihat pada Gambar I.6 bahwa hampir seluruh responden menginginkan pelayanan yang professional, ramah, potongan rambut yang sesuai dengan harapan, peralatan yang higienis, dan tempat cukur rambut yang bersih. Selain kelima hal tersebut terdapat juga hal-hal lain yang diharapkan oleh beberapa responden seperti kemampuan pijat yang baik, pelayanan yang tidak membuat pelanggan merasa kurang nyaman, harga yang masuk akal, serta sirkulasi udara yang baik di tempat cukur rambut. Selanjutnya terdapat pertanyaan terkait ketertarikan para responden mengenai sebuah wadah yang dapat menghubungkan mereka dengan mudah terhadap para pekerja jasa cukur rambut. Didapati hasil bahwa sebanyak 28 responden mengatakan bahwa mereka tertarik dengan wadah tersebut. Terdapat juga 12 responden yang menyatakan bahwa mereka mungkin tertarik. Dan didapati juga 6 responden yang menyatakan bahwa mereka tidak tertarik. Gambar I.7 berikut merupakan persentase ketertarikan responden.

Apakah anda tertarik, jika terdapat sebuah wadah yang dapat membantu anda untuk menghubungkan anda dengan para pekerja jasa cukur rambut?

46 responses

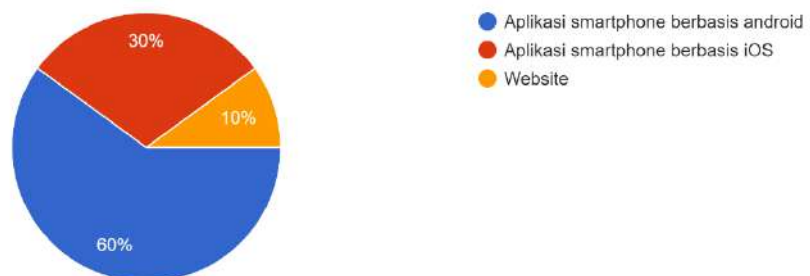


Gambar 1.7 Persentase Ketertarikan Responden

Beberapa responden menyatakan bahwa alasan mereka tertarik adalah karena menurut mereka hal tersebut bisa membantu/mempermudah mereka ketika hendak cukur rambut. Terdapat juga beberapa responden yang menyatakan bahwa mereka masih mempertimbangkan hal tersebut karena belum memiliki gambaran terkait wadah seperti apa yang dapat menghubungkan mereka dengan para pekerja jasa cukur rambut. Dan terdapat juga responden yang menyatakan bahwa takut terkena COVID-19 dan cukur rambut sendiri di rumah lebih aman serta dapat menghemat pengeluaran mereka. Kemudian terdapat pertanyaan terkait wadah seperti apa yang diharapkan oleh para responden.

Wadah seperti apakah yang anda harapkan?

40 responses



Gambar 1.8 Wadah yang Diharapkan

Berdasarkan Gambar 1.8 dapat diketahui bahwa sebanyak 24 responden menginginkan wadah tersebut dalam bentuk aplikasi *smartphone* berbasis Android. Selain itu terdapat juga 12 responden yang menginginkan aplikasi *smartphone* berbasis iOS. Dan terdapat juga 4 responden yang menginginkan wadah tersebut berbentuk *website*. Hampir seluruh responden yang memilih bentuk wadah aplikasi *smartphone*, memilih pilihan tersebut berdasarkan *device* yang mereka gunakan. Beberapa orang yang memilih *website* menyatakan bahwa jika wadah tersebut berbentuk *website* maka wadah tersebut dapat diakses dimana saja.



Gambar 1.9 Fitur yang Diharapkan

Dan pertanyaan terakhir adalah fitur apa saja yang diinginkan oleh responden untuk ada pada wadah tersebut. Berdasarkan Gambar 1.9 dapat diketahui bahwa fitur yang paling diinginkan oleh responden adalah *booking* cukur rambut di rumah dan fitur untuk *booking* cukur rambut di tempat cukur tersebut. Kemudian fitur selanjutnya yang diinginkan oleh responden adalah *membership*, pilihan jasa pelayanan yang lengkap, dan pilihan mengenai tukang cukur atau potong yang sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu terdapat juga beberapa fitur lain yang diharapkan ada oleh para responden seperti keterangan kesehatan berupa informasi vaksin dan suhu tubuh para pekerja cukur rambut tersebut. Beberapa responden juga menginginkan adanya fitur promo/diskon ketika mereka cukur rambut.

Selain itu, dilakukan juga wawancara terhadap beberapa responden untuk mendapatkan informasi lebih mendalam terkait alasan mereka melakukan

kegiatan cukur rambut di masa pandemi seperti saat ini. Proses wawancara dilakukan terhadap 5 orang responden. Berikut merupakan daftar pertanyaan lanjutan yang diberikan kepada 5 orang responden tersebut.

1. Nama
2. Dimana tempat anda melakukan kegiatan cukur rambut di masa pandemi seperti saat ini?
3. Mengapa anda memilih tempat tersebut?
4. Mengapa anda tetap melakukan kegiatan cukur rambut di masa pandemi seperti saat ini?
5. Apakah anda pernah mencoba tempat cukur yang lain selain tempat cukur langganan anda?
6. Apa alasan anda pernah / tidak pernah mencoba tempat cukur yang lain selain tempat cukur langganan anda?
7. Apakah anda bersedia jika rambut anda dicukur oleh tukang cukur yang belum pernah mencukur rambut anda?
8. Apa alasan anda terkait jawaban tersebut?

Kelima responden tersebut merupakan perwakilan dari responden lain yang melakukan kegiatan cukur rambut di *barbershop* dan juga salon. Terdapat juga responden yang melakukan kegiatan cukur rambut di rumah dengan cara memanggil tukang cukur rambut langganan. Berikut adalah Tabel 1.1 yang merupakan hasil wawancara dengan para pengguna.

Tabel 1.1 Hasil Wawancara Pengguna

| Pertanyaan | Responden | | | | |
|------------|--|-------------------------|---|--|---------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Albert Christian | Matthew Majesta | Manuel Billie | Stephen Novanto | William Asali |
| 2 | Pergi ke <i>Barbershop</i> | Ke <i>Barbershop</i> | Ke <i>Barbershop</i> | Manggil tukang cukur langganan ke rumah | Di salon |
| 3 | Soalnya hasil potongannya rapih jadi uda cocok aja cukur di sana | Karena deket dari rumah | Karena udah biasa potong di sana hasilnya bagus | Karena udah terpercaya dan lebih aman juga | Soalnya deket rumah |

(lanjut)

Tabel I.1 Hasil Wawancara Pengguna (Lanjutan)

| Pertanyaan | Responden | | | | |
|------------|---|--|---|--|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | Soalnya gatahan kalau rambut panjang, jadi panas | Karena kalau rambutnya kepanjangan bentuknya jadi jelek, udah ga kebentuk modelnya | Biar rapih aja, trus gasuka rambut panjang | Biar tetep keliatan keren | Soalnya uda panjang rambutnya |
| 5 | Pernah | Pernah | Ya pernah | Pernah | Pernah |
| 6 | Soalnya yang tempat langganan jauh dari rumah | Kadang kalau yang tempat langganan lagi penuh | Tempatnya baru buka jadi ada promo potongan harga pas opening | Iseng nyobain soalnya kata temen pelayanan sama tempatnya bagus | Diajak temen buat cukur bareng di tempat langganannya |
| 7 | Ya | Tergantung | Ya bersedia | Ya | Ya |
| 8 | Soalnya model potongan rambutnya gitu-gitu aja jadi ga gimana-gimana juga hasilnya kalau beda orang | Kalau pas buat asal rapihin aja sama tukang cukur mana aja gapapa, tapi kalau urgent buat acara misal wisuda maunya tetep sama yang udah emang langganan biasa sih | Karena model potongannya biasanya buzz cut atau cepak jadi sama-sama aja rambutnya harusnya | Sebenarnya bebas-bebas aja si cuman tetep baca-baca review orang-orang yang udah pernah gimana tempatnya sama pelayanannya | Karena kalau potong cuman gitu-gitu lagi dipendekin biasa doang, asal rapih aja |

Berdasarkan hasil wawancara yang ada pada Tabel I.1, dapat diketahui bahwa alasan para responden tetap melakukan cukur rambut di masa pandemi seperti saat ini adalah karena rambut mereka sudah panjang dan model rambutnya mulai tidak berbentuk. Selain itu responden juga mengatakan bahwa mereka ingin agar penampilan mereka tetap terlihat rapih dan keren. Dapat diketahui juga bahwa para responden sudah pernah mencoba untuk cukur rambut di tempat lain. Beberapa responden juga bersedia jika rambut mereka dicukur oleh tukang cukur yang belum pernah mencukur rambut mereka karena menurut

beberapa responden gaya/model potongan rambut mereka kurang lebih selalu sama seperti itu saja sehingga jika dicukur oleh tukang cukur yang berbeda maka hasil akhir yang diperoleh tidak akan berbeda terlalu signifikan dengan hasil potongan tukang cukur langganan mereka. Setelah mendapatkan data terkait kebutuhan pengguna melalui kuesioner dan wawancara, kemudian dilakukan proses wawancara terhadap para pekerja atau pemilik usaha cukur rambut untuk memperoleh informasi yang lebih akurat dan dari sudut pandang yang berbeda. Berikut merupakan daftar pertanyaan yang diajukan saat kegiatan wawancara berlangsung.

1. Nama
2. Apakah tempat anda bekerja merupakan usaha milik sendiri?
3. Sudah berapa lama tempat ini berjalan?
4. Apa saja kendala yang anda alami di masa pandemi (baik dari faktor ekonomi, tempat, dan lain-lain)?
5. Apa saja hal yang menyebabkan anda mengalami kendala tersebut?
6. Apa saja jasa / pelayanan yang anda tawarkan?
7. Berapa biaya yang biasanya dikeluarkan oleh pelanggan ketika 1x cukur?
8. Apakah anda pernah melayani panggilan cukur ke rumah?
9. Jika pernah, peralatan apa saja yang biasa anda bawa?
10. Apa saja jasa / pelayanan yang bisa anda lakukan ketika ada panggilan cukur ke rumah pelanggan?
11. Apakah anda tertarik, jika terdapat sebuah wadah yang dapat membantu anda untuk menghubungkan anda dengan pelanggan?
12. Apakah terdapat fitur yang anda harapkan pada wadah tersebut?

Proses wawancara dilakukan pada 3 tempat yang berbeda. Ketiga tempat tersebut adalah pangkas rambut, *barbershop*, dan salon. Proses wawancara dilakukan pada tanggal 4 Maret hingga 5 Maret 2022. Tabel I.2 merupakan hasil dari wawancara yang dilakukan.

Tabel I.2 Hasil Wawancara Pekerja atau Pemilik Usaha Cukur Rambut

| Pertanyaan Ke- | Responden | | |
|----------------|-----------|-------|----------|
| | 1 | 2 | 3 |
| 1 | Maulana | Kinoy | Aprodita |

(lanjut)

Tabel I.2 Hasil Wawancara Pekerja atau Pemilik Usaha Cukur Rambut (Lanjutan)

| Pertanyaan Ke- | Responden | | |
|----------------|---|--|---|
| | 1 | 2 | 3 |
| 2 | Punya kakak saya | Bukan | Ya, milik saya sendiri |
| 3 | 10 tahun | Dari tahun 2017, kurang lebih sudah 5 tahunan | Sudah 25 tahun buka |
| 4 | Mengalami penurunan pendapatan hingga setengah dari pendapatan biasanya | Pemasukan mengalami penurunan yang cukup jauh | Sempat tutup 3 bulan, pendapatan jadi turun banget, pegawai juga berkurang |
| 5 | Mungkin karena banyak yang jadi pengangguran atau pulang kampung | Mahasiswa sekitar sini banyak yang pulang kampung | Mungkin pada takut ke salon karena potong rambut kan pasti ada kontak fisik di muka sama kepala |
| 6 | Cukur rambut, cukur brewok | Cukur rambut untuk dewasa dan anak, keramas, cukur kumis dan jenggot, <i>hair fiber styling</i> , <i>highlight / hair coloring</i> , <i>hair perm</i> , <i>smoothing</i> | Cukur rambut, <i>creambath</i> , cat rambut, dulu pernah juga ada <i>facial</i> |
| 7 | Sekitar 50 ribu kalau cukur sama potong brewok juga | Biasanya 30 ribu sampai 50 ribuan sih, tergantung sama service yang dipilih | Di sini potong sama cuci masih 40 ribu aja |
| 8 | Pernah, yang biasa langganan suka manggil | Pernah <i>online home service</i> | Pernah lewat telpon dipanggil pelanggan |
| 9 | Paling gunting rambut aja | Peralatan sih lengkap dibawa dari sini kayak gunting rambut, <i>clipper</i> , dan lain-lain | Gunting rambut, sama <i>hair dryer</i> biasanya |

(lanjut)

Tabel I.2 Hasil Wawancara Pekerja atau Pemilik Usaha Cukur Rambut (Lanjutan)

| Pertanyaan Ke- | Responden | | |
|----------------|--|---|---|
| | 1 | 2 | 3 |
| 10 | Cukur rambut aja | Cukur aja sih | Potong rambut, sama kadang ada yang mau <i>creambath</i> juga |
| 11 | Mungkin tertarik untuk mencoba, cuma saya takut repot kalau ramai soalnya saya doang yang jaga | Mungkin tertarik | Mungkin tertarik coba, tapi saya takut salon gada yang jaga soalnya udah gada pegawai |
| 12 | Mungkin kayak gojek tapi buat cukur kayaknya ya | Mungkin bisa buat <i>booking</i> kalau mau cukur ke sini juga kayaknya ya | Bisa buat <i>booking</i> langsung atau ke rumah kali ya |

Pada Tabel I.2 didapati bahwa seluruh responden tertarik untuk mencoba, jika terdapat sebuah wadah yang dapat membantu mereka untuk terhubung dengan para pelanggan dengan berbagai pertimbangan yang mereka miliki masing-masing. Secara tidak langsung para responden sudah pernah melakukan kegiatan cukur rambut ke rumah pelanggan tanpa menggunakan sebuah platform digital sebagai sarana penghubung. Berdasarkan hal tersebut, dibutuhkan sebuah wadah yang dapat memudahkan para pelaku usaha jasa cukur rambut dan juga para pelanggan yang membutuhkan jasa cukur rambut.

Hingga saat ini sudah terdapat beberapa platform digital berupa aplikasi *smartphone* yang dapat menyediakan jasa cukur rambut secara *online*. Beberapa aplikasi tersebut akan dijadikan sebagai tolak ukur untuk mengetahui kelebihan serta kekurangan yang ada. Dengan demikian aplikasi yang akan dibuat pada penilitan ini diharapkan dapat memiliki kelebihan jika dibandingkan dengan aplikasi pesaing yang sudah ada. Beberapa aplikasi *smartphone* yang dijadikan sebagai *benchmark* adalah D'Kapster, Houzcall, dan Captain Barbershop.

Pertama yaitu D'Kapster yang merupakan sebuah aplikasi *smartphone* yang berbasis Android. Aplikasi tersebut berfungsi untuk menyediakan layanan cukur rambut dengan cara *booking online*. Terdapat beberapa fitur pada aplikasi D'Kapster, seperti pilihan cukur rambut untuk laki-laki atau perempuan, pilihan untuk cukur di rumah atau di tempat penyedia layanan cukur rambut secara langsung, dan halaman untuk melihat pesanan cukur yang sedang berlangsung.

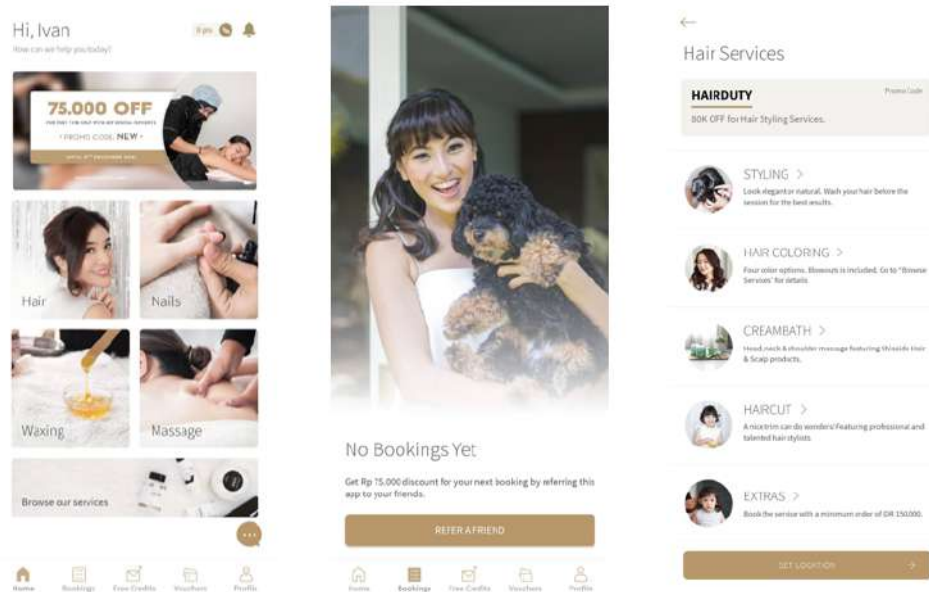
Berikut adalah Gambar I.10 yang merupakan tampilan utama dari aplikasi D'Kapster.



Gambar I.10 Interface Aplikasi D'Kapster

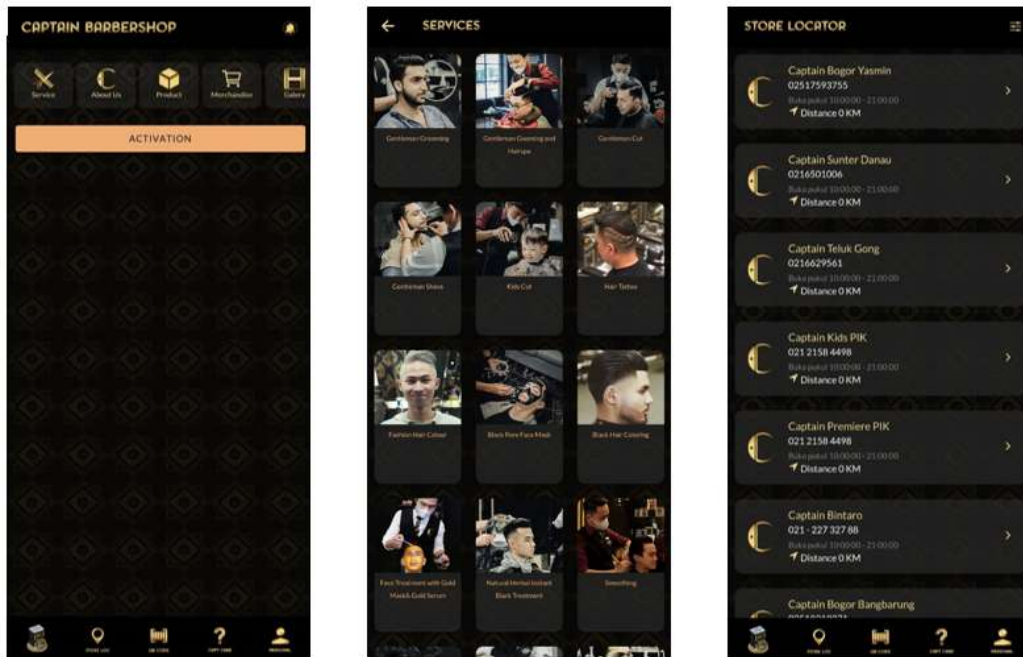
Beberapa kelebihan yang ada pada aplikasi D'Kapster antara lain adalah kemudahan dalam penggunaan aplikasi bagi pengguna baru dan juga pilihan tempat cukur yang lengkap bagi para pengguna terutama laki-laki. Lalu jika tombol D'Cukur ditekan maka terdapat pilihan untuk melakukan cukur rambut di rumah atau di *barbershop*. Hal tersebut memberikan kebebasan kepada pengguna agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Pada aplikasi D'Kapster juga, pengguna dapat memilih tukang cukur yang diinginkan berdasarkan *rating* dari masing-masing tukang cukur yang tersedia. Lalu jika tombol D'Toko ditekan maka layar hanya akan menampilkan tulisan "segera hadir". Selain itu jika membaca beberapa ulasan mengenai aplikasi tersebut di *Google Play Store*, terdapat beberapa pengguna yang mengeluh karena tukang cukur rambut yang tidak datang ke rumah setelah mereka membayar terlebih dahulu. Selain itu pengguna tersebut juga mengatakan bahwa uang yang sudah mereka bayarkan tidak kembali walaupun sudah membatalkan pesanan. Selanjutnya terdapat aplikasi Houzcall yang berbasis Android dan juga iOS.

Aplikasi Houzcall memiliki fungsi utama yaitu untuk memesan layanan kecantikan dan pijat di rumah. Terdapat fitur menarik yang ada pada aplikasi Houzcall seperti *free credits* yang bisa didapatkan jika teman yang baru pertama kali menggunakan aplikasi tersebut memasukkan kode promo pengguna yang tertera pada layar. Berikut merupakan tampilan utama dari aplikasi Houzcall pada Gambar I.11.



Gambar I.11 Interface Aplikasi Houzcall

Beberapa kelebihan yang ada pada aplikasi Houzcall adalah pilihan pelayanan yang lengkap, baik untuk rambut, kuku, *waxing*, dan pijat. Selain itu jika dilihat dari segi UI/UX, aplikasi tersebut terbilang baik karena memiliki desain serta tampilan yang minimalis. Ukuran *font* serta pemilihan warna yang digunakan cukup baik karena tulisan yang ditampilkan masih dapat terbaca dengan jelas. Namun terdapat kekurangan pada jenis pelayanan yang disediakan untuk laki-laki. Pada aplikasi tersebut hanya terdapat pilihan “Men’s Cut” dan “Men’s Coloring”. Selain itu gambar-gambar yang digunakan pada aplikasi tersebut juga terbilang kurang variatif karena hanya menggunakan model perempuan saja. Hal tersebut dapat mengakibatkan pengguna baru berpikir bahwa hanya aplikasi tersebut hanya menyediakan pelayanan cukur rambut bagi perempuan saja. Penempatan pilihan layanan untuk pengguna laki-laki juga berada pada bagian yang sama dengan pilihan layanan untuk pengguna perempuan, sehingga jika pengguna tidak melihat seluruh jenis pelayanan yang ditawarkan maka pengguna bisa saja mengira bahwa tidak ada pelayanan cukur rambut untuk laki-laki. Dan terakhir terdapat aplikasi Captain Barbershop yang memiliki tampilan utama seperti pada Gambar I.12 berikut.



Gambar I.12 Interface Aplikasi Captain Barbershop

Aplikasi Captain Barbershop memiliki fungsi utama yaitu sebagai *membership* bagi para pelanggan. Dengan menggunakan aplikasi ini maka para pelanggan dapat mengumpulkan poin. Terdapat beberapa kelebihan yang ada pada aplikasi tersebut, seperti daftar pelayanan yang ditawarkan pada Captain Barbershop beserta dengan penjelasan yang lengkap terkait pelayanan tersebut. Kemudian terdapat juga informasi mengenai produk-produk perawatan rambut yang digunakan pada Captain Barbershop. Namun terdapat juga beberapa kekurangan pada aplikasi tersebut seperti tidak ada fitur untuk melakukan *booking online* ketika pengguna ingin melakukan cukur rambut baik di rumah atau datang langsung ke Captain Barbershop. Pada aplikasi tersebut hanya tertera nomor telepon, alamat *E-mail*, dan juga nomor Whatsapp dari Captain Barbershop. Selain itu aplikasi tersebut juga menampilkan lokasi dari cabang-cabang Captain Barbershop yang tersebar di Indonesia, namun tidak ada keterangan terkait jarak tempat cukur terdekat dengan lokasi pengguna. Seluruh cabang yang ada pada aplikasi tersebut hanya menampilkan tulisan "Distance 0KM". Hal tersebut bisa saja mengakibatkan pengguna yang baru menjadi bingung ketika hendak mencari lokasi Captain Barbershop yang terdekat saat ingin cukur rambut.

Setelah melakukan proses *benchmarking*, diketahui bahwa ketiga aplikasi yang sudah ada tersebut belum dapat memenuhi kebutuhan pengguna, pemilik

serta pekerja dari usaha cukur rambut. Oleh sebab itu, dilakukan perancangan aplikasi pada penelitian ini sehingga dapat memenuhi kebutuhan dari kedua belah pihak. Namun dibutuhkan sebuah metode yang dapat melandasi perancangan aplikasi yang dilakukan pada penelitian ini.

Metode desain interaksi merupakan sebuah metode yang berorientasi pada hasil dengan melibatkan aktivitas kreatif serta pengambilan keputusan. Dengan demikian maka hasil akhir yang didapatkan juga dapat dihasilkan secara maksimal. Oleh karena itu, metode desain interaksi dinilai sebagai metode yang paling cocok untuk digunakan sebagai landasan utama dalam melakukan perancangan aplikasi pada penelitian yang dilakukan. Melalui 4 tahapan utama yaitu *Establishing Requirements*, *Designing Alternatives*, *Prototyping*, dan *Testing* maka perancangan aplikasi yang dilakukan dapat memberikan nilai tambah jika dibandingkan dengan aplikasi-aplikasi lain yang sudah ada saat ini. Dengan demikian aplikasi yang dirancang dapat memenuhi segala kebutuhan serta keinginan pengguna dengan tepat. Setelah melakukan proses identifikasi masalah, didapatkan beberapa rumusan masalah pada penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan beberapa rumusan masalah pada penelitian yang dilakukan.

1. Apa saja kebutuhan pengguna terkait perancangan aplikasi cukur rambut *online*?
2. Bagaimana hasil perancangan aplikasi cukur rambut *online* dengan menggunakan metode desain interaksi?
3. Bagaimana hasil evaluasi perancangan aplikasi cukur rambut *online*?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Kemudian langkah selanjutnya adalah menentukan batasan masalah dan asumsi penelitian. Dengan menentukan kedua hal tersebut maka lingkup pembahasan dapat dipersempit sehingga penelitian akan lebih fokus dan spesifik pada identifikasi masalah, selain itu rumusan masalah yang ada juga dapat dijawab dengan tepat. Berikut merupakan batasan masalah yang digunakan pada penelitian.

1. Pada penelitian ini, perancangan aplikasi dilakukan hingga tahap *high-fidelity interface prototype*.
2. Perancangan aplikasi hanya dibuat untuk tampilan *smartphone* berbasis Android.

3. Faktor keuangan tidak diperhitungkan pada penelitian ini.

Setelah menentukan batasan masalah yang digunakan pada penelitian, maka selanjutnya akan ditentukan asumsi. Asumsi yang ditetapkan yaitu, seluruh responden yang mengikuti tahap *testing* mampu mengoperasikan Android dengan baik.

I.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui hal yang ingin dicapai dari penelitian yang dilakukan maka ditentukan beberapa tujuan penelitian. Dengan adanya tujuan penelitian maka rumusan masalah yang sudah ditentukan sebelumnya dapat dijawab. Berikut merupakan tujuan penelitian yang ingin dicapai.

1. Mengetahui kebutuhan pengguna terkait aplikasi cukur rambut *online*.
2. Merancang aplikasi cukur rambut *online* sebagai penghubung antara pengguna dengan pengusaha cukur rambut.
3. Melakukan proses evaluasi pada rancangan aplikasi cukur rambut *online* dengan memperhatikan aspek *effectiveness*, *efficiency*, *usability*, dan *satisfaction*.

I.5 Manfaat Penelitian

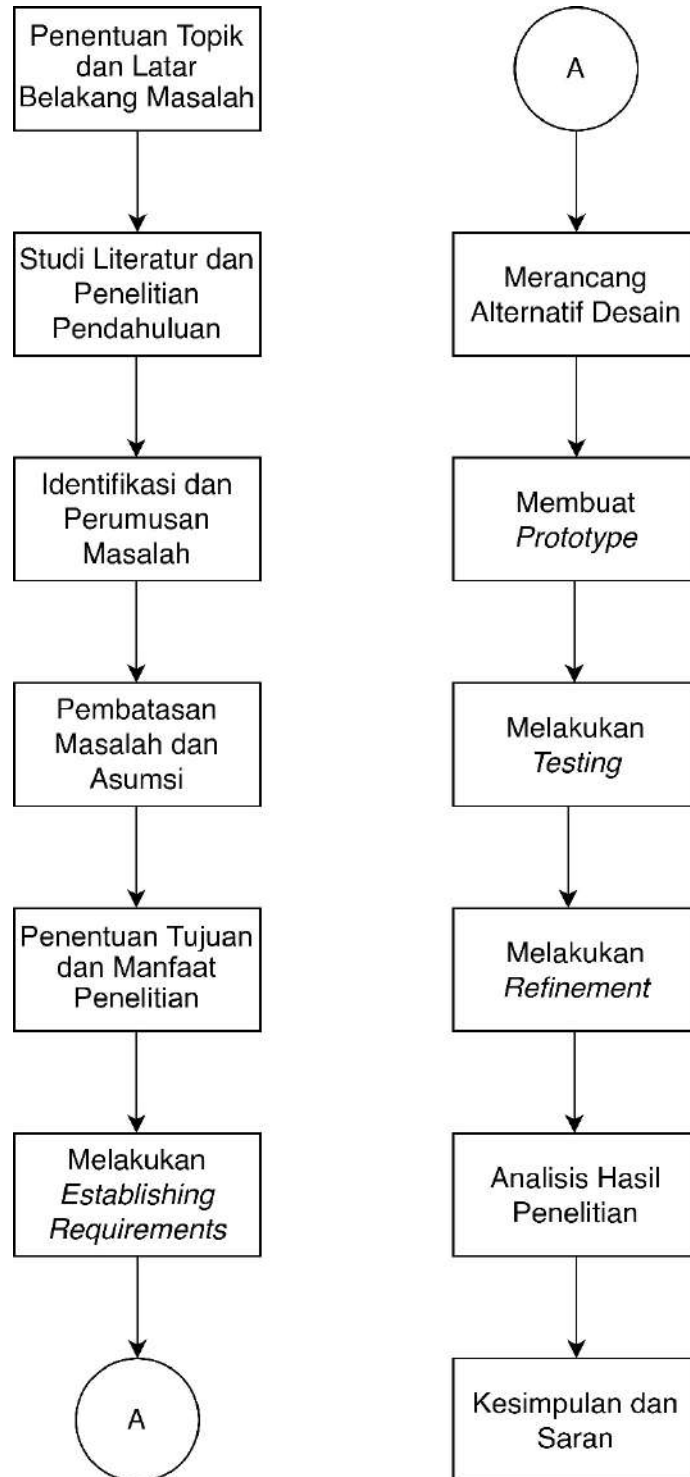
Terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian yang dilakukan. Diharapkan hal tersebut mampu memberikan dampak yang baik bagi beberapa pihak. Berikut merupakan manfaat dari penelitian yang dilakukan.

1. Bagi peneliti, menambah wawasan baru seputar perancangan aplikasi. Selain itu, peneliti juga dapat menerapkan ilmu-ilmu yang telah dipelajari ke dalam penelitian yang dilakukan.
2. Bagi pembaca, menambah pengetahuan baru terkait perancangan aplikasi, terutama penerapan metode desain interaksi.
3. Bagi pelanggan jasa cukur rambut, diharapkan dengan adanya penelitian ini, maka seluruh permasalahan yang ada dapat teratasi.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menjelaskan mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan pada penelitian yang dilakukan. Dengan adanya tahapan-tahapan tersebut, maka penelitian yang dilakukan akan menjadi lebih terstruktur dan

sistematis. Gambar I.13 merupakan gambaran terkait metodologi penelitian yang digunakan. Berikut merupakan penjelasan terkait masing-masing tahapan yang ada pada metodologi penelitian yang digunakan.



Gambar I.13 Metodologi Penelitian

1. Penentuan Topik dan Latar Belakang Masalah

Langkah awal yang dilakukan oleh peneliti adalah menentukan topik terlebih dahulu berdasarkan riset awal yang sudah dilakukan. Dengan demikian maka permasalahan yang diperoleh dapat dijelaskan pada latar belakang masalah. Latar belakang masalah menjelaskan terkait permasalahan yang ada berdasarkan situasi dan kondisi yang ada.

2. Studi Literatur dan Penelitian Pendahuluan

Dengan melakukan studi literatur maka pemahaman terkait permasalahan yang ada dapat bertambah. Studi literatur dilakukan dengan cara mencari referensi serta informasi tambahan melalui buku, jurnal, serta artikel melalui internet. Dengan memperoleh pengetahuan tambahan, diharapkan dapat mendukung penelitian yang dilakukan. Dilakukan juga penelitian pendahuluan dengan membuat kuesioner serta melakukan wawancara. Dengan demikian dapat diketahui apa saja kebutuhan serta permasalahan yang ada dari sudut pandang pengguna.

3. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Selanjutnya adalah melakukan identifikasi masalah. Identifikasi masalah didapat dari hasil penggalian data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner serta melakukan beberapa wawancara. Setelah mendapatkan permasalahan yang ada maka akan dilakukan perumusan masalah dari penelitian yang dilakukan.

4. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Penentuan batasan serta asumsi yang digunakan pada penelitian yang dilakukan berfungsi agar pembahasan yang dilakukan tidak terlalu luas. Dengan demikian maka rumusan masalah yang sudah ditentukan dapat dijawab dengan tepat.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Langkah selanjutnya adalah menentukan tujuan penelitian. Tujuan penelitian akan menjawab pertanyaan yang ada pada rumusan masalah. Sedangkan manfaat penelitian bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak. Pada penelitian ini, manfaat penelitian yang ada ditujukan kepada para pembaca serta pelanggan jasa cukur rambut.

6. Melakukan *Establishing Requirements*

Tahap *Establishing Requirements* merupakan sebuah proses penggalian kebutuhan yang melibatkan pengguna. Agar dapat memperoleh kebutuhan dari pengguna secara mendalam maka dilakukan proses wawancara. Setelah melakukan proses wawancara maka selanjutnya akan dilakukan proses analisis berdasarkan data yang diperoleh.

7. Merancang Alternatif Desain

Pada tahap ini, dilakukan proses perancangan alternatif desain. Proses perancangan dilakukan berdasarkan kebutuhan yang sudah diperoleh pada tahap sebelumnya. Seluruh hasil perancangan yang ada akan dipilih melalui survei.

8. Membuat *Prototype*

Pada tahap ini, alternatif *design* yang terpilih akan dikembangkan lebih lanjut ke tahap selanjutnya yaitu *prototyping*. Tahapan ini dilakukan dengan tujuan agar pengguna dapat merasakan fitur utama pada aplikasi dan dapat memberikan *feedback*. *Prototype* yang akan dibuat adalah *high-fidelity interface prototype* yang menggambarkan suatu fungsi yang dapat dilakukan pada aplikasi yang dirancang.

9. Melakukan *Testing*

Pada tahap ini, dilakukan pengujian langsung terhadap *prototype* yang telah dirancang untuk mengetahui sejauh mana hal tersebut dapat berfungsi, dapat digunakan dengan mudah oleh pengguna, dan dapat menjawab kebutuhan dari pengguna. Proses *testing* dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai metode, kriteria, dan bentuk. Terdapat 4 buah aspek utama yang menjadi fokus pada tahap *Testing* yaitu *effectiveness*, *efficiency*, *usability*, dan *satisfaction*.

10. Melakukan *Refinement*

Pada tahap ini, dilakukan proses perbaikan terhadap perancangan aplikasi yang sudah dilakukan. Proses perbaikan yang dilakukan didasarkan pada hasil dari tahap *Testing* yang sudah dilakukan. Selain itu masukan dari pengguna juga menjadi pertimbangan pada tahap ini.

11. Analisis Hasil Penelitian

Tahap analisis dilakukan terhadap hasil penelitian yang didapatkan. Dengan demikian dapat diketahui apakah seluruh rumusan masalah yang ada telah berhasil terjawab melalui penelitian yang dilakukan. Selain itu tahap analisis juga akan menjelaskan mengenai proses-proses serta metode yang digunakan pada penelitian.

12. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir yang dilakukan pada penelitian ini adalah menentukan kesimpulan dan saran. Kesimpulan dibuat untuk mengetahui apakah tujuan penelitian yang telah ditentukan dapat tercapai atau tidak. Lalu saran-saran yang ada akan berguna bagi penelitian yang serupa di kemudian hari.

I.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diperlukan dalam membuat proses penulisan skripsi ini. Dengan menggunakan sistematika penulisan yang baik dan benar, maka penelitian yang disusun akan menjadi lebih runtut dan sistematis. Berikut merupakan sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai bagian pendahuluan dari penelitian yang dilakukan. Bab ini terdiri dari latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metodologi penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori yang digunakan pada penelitian. Teori-teori yang digunakan, berhubungan dengan permasalahan yang dibahas pada penelitian ini. Selain itu, teori yang digunakan juga membahas terkait tahapan dari metode yang digunakan pada perancangan aplikasi yang dilakukan.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini dilakukan pengumpulan dan pengolahan data. Proses pengumpulan serta pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tahapan-tahapan yang ada pada metode Desain Interaksi.

BAB IV ANALISIS

Pada bab ini dijelaskan mengenai analisis dari penelitian yang dilakukan. Proses analisis dilakukan untuk setiap tahapan yang dilakukan pada penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan dan menjadi jawaban dari tujuan penelitian sedangkan saran merupakan masukan yang ditujukan bagi penelitian selanjutnya.

