

Kelayakan Aplikasi Hestigo Berbasis Android sebagai Penyedia Jasa *Makeup artist*

Wifqi Auliana Ahmad^{1*}, Erna Setyowati¹, Gilang Adi Sasongko²

¹Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan, Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang, Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang 50229,

²Program Studi Teknik Informatika, Fakultas teknik, Universitas Muria Kudus, Jl. Lkr. Utara, Kayuapu Kulon, Gondangmanis, Kec. Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59327

Corresponding author: wifqiauliana2316@gmail.com

Abstract. Based on observations made, promotion of makeup artist services through personal social media accounts such as Instagram makes it difficult to find makeup artist services as desired in one place. This researcher develops an application that has been made from previous research by increasing the image resolution to make it clearer, and adding maps features to facilitate location tracking. The research objective was to determine the feasibility of the Android-based HESTIGO application as a provider of makeup artist services. Data collection uses the method of observation, questionnaires, and documentation. Research on the feasibility of the Hestigo application as a provider of makeup artist services was carried out in a makeup artist association group called MUA Community Kudus which is located in the holy city of Central Java, as well as customers of the Hestigo application taken from Semarang State University students who are looking for makeup artist services. The results of the research are application products called HESTIGO users and HESTIGO Partners. The results of the initial trial or validity by 3 expert panelists on the HESTIGO application with an average of 90.27% and HESTIGO Partners with an average of 83.33% and the results of limited trials get results with an average of 87.33% on the HESTIGO application and 81.66% for the HESTIGO Partner application. The conclusions show that the results of the research on the initial trials or product expert validity tests that have been carried out show that the HESTIGO and HESTIGO Partner applications are stated to be very good, even so there are some suggestions by experts to improve the appearance of the application.

Keywords: HESTIGO application, android, makeup artist

Abstrak. Berdasarkan observasi yang dilakukan, Promosi jasa *makeup artist* melalui akun media sosial pribadi seperti Instagram menjadikan sulitnya mencari jasa *makeup artist* sesuai keinginan dalam satu tempat. Peneliti ini mengembangkan aplikasi yang telah dibuat dari penelitian terdahulu dengan menambah resolusi gambar agar lebih jelas, dan menambah fitur maps untuk memudahkan pelacakan lokasi. Tujuan penelitian untuk mengetahui kelayakan aplikasi HESTIGO berbasis android sebagai penyedia jasa *makeup artist*. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, angket, dan dokumentasi. Penelitian tentang kelayakan aplikasi Hestigo sebagai penyedia jasa *makeup artist* dilakukan pada grup perkumpulan *makeup artist* bernama MUA Community Kudus yang terletak pada kota kudus jawa tengah, serta pelanggan aplikasi Hestigo yang di ambil pada mahasiswa unniversitas negeri semarang yang mencari jasa *makeup artist*. Hasil penelitian berupa produk aplikasi bernama HESTIGO pengguna dan HESTIGO *Partner*. Hasil dari uji coba awal atau validitas oleh 3 panelis ahli pada aplikasi HESTIGO dengan rata rata 90,27% serta HESTIGO *Partner* dengan rata-rata 83,33% dan hasil dari uji coba terbatas mendapatkan hasil dengan rata rata 87,33% pada aplikasi HESTIGO dan 81,66% untuk aplikasi HESTIGO *Partner*. Simpulan menunjukkan bahwa hasil penelitian terhadap uji coba awal atau uji validitas ahli produk yang telah dilakukan menunjukan aplikasi HESTIGO dan HESTIGO *Partner* dinyatakan sangat baik, walaupun begitu ada beberapa masukan oleh ahli untuk menyempurnakan tampilan pada aplikasi.

Kata Kunci: aplikasi HESTIGO, android, *makeup artist*

PENDAHULUAN

Saat ini proses pelayanan pemesanan jasa *makeup artist* menggunakan sosial media (Instagram) sebagai media komunikasi antara pelanggan dan perias. Namun pemesanan di media tersebut masih kurang efektif dikarenakan informasi-informasi jasa yang ditampilkan di media tersebut cenderung masih kurang lengkap, akibatnya konsumen memerlukan komunikasi lebih lanjut dalam proses transaksi jasa *makeup*. Instagram mengharuskan konsumen untuk membandingkan berbagai akun untuk melihat hasil *makeup*, harga yang ditawarkan, lokasi dan lain sebagainya. Alashkar (2017:942) mengemukakan bahwa yang harus diperhatikan dalam melakukan *make up* ialah seperti: warna kulit asli, bentuk wajah, bentuk mata, warna mata, bentuk bibir dan etnis. Disisi lain perias juga tidak bisa mempromosikan jasanya secara lengkap dan detail. Hal ini membuat pelanggan sulit mendapatkan *makeup artist* yang cocok dengan selera atau kebutuhan serta sulit menyesuaikan jadwal dengan perias, hal tersebut menjadi acuan peneliti dalam melakukan pembuatan aplikasi pemesanan jasa *makeup artist* yang diharapkan dapat menjadikan wadah bagi para *makeup artist* dalam menjalankan promosi dan melakukan layanan jasanya, sehingga masyarakat ataupun calon klien dapat memudahkan memilih jasa *makeup artist* dalam satu aplikasi.

Aplikasi yang akan dibuat dalam penelitian ini adalah “HESTIGO”. Hestigo merupakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan oleh *makeup artist* dan calon klien untuk melakukan proses jual beli jasa *makeup artist*. Pada aplikasi yang akan dibuat dikelompokkan menjadi dua aplikasi yang berbeda, aplikasi pertama digunakan sebagai wadah dalam menjual jasa bagi para penyedia jasa *makeup artist* atau MUA dan pada aplikasi kedua digunakan oleh pelanggan sebagai tempat mencari berbagai *make up artist* serta memesan jasa *makeup artist* yang sesuai dengan kebutuhannya. Kelebihan sistem aplikasi yang akan dibuat dengan fitur-fitur pembaruan berupa kategori *makeup*, foto katalog *makeup*, rating, review, harga serta *maps* yang dapat mengetahui jarak dan alamat sehingga memudahkan dalam melacak lokasi, dimana penambahan fitur *maps* ini dapat menjadi pengembangan dari aplikasi sebelumnya. Aplikasi yang akan dikembangkan ini diharapkan dapat mendorong para penyedia jasa *makeup artist* untuk lebih optimal dalam meningkatkan performa bisnis jasa mereka, serta konsumen yang membutuhkan jasa juga dapat memudahkan dalam melakukan pemesanan atau *booking makeup* yang dapat menyesuaikan kebutuhan, jadwal, anggaran serta lokasi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Aplikasi Hestigo merupakan sebuah inovasi dalam pemasaran jasa *makeup artist*. Aplikasi ini dibuat untuk mempermudah dalam membantu mencari dan memesan jasa *makeup artist* sesuai dengan kebutuhan pelanggan dari harga yang sesuai, hasil *makeup* yang terbaik serta lokasi yang sesuai. Tak hanya itu, aplikasi ini juga dapat dengan mudah didapatkan dengan cara mengunduh pada *google play* secara gratis. Sehingga aplikasi penyedia jasa *makeup* Hestigo ini menjadi alternatif lain dalam jual beli jasa *makeup* yang praktis dan mudah digunakan. Hestigo mengacu pada aplikasi sejenis yaitu *Hello beauty* yang merupakan aplikasi pemasaran jasa *makeup artist* di wilayah jabodetabek dengan memperluas cakupan pengguna aplikasi baik *makeup artist* maupun pelanggan sehingga dapat digunakan di semua wilayah Indonesia.

Masalah-masalah yang disebutkan diatas menjadikan latar belakang peneliti dalam melakukan pengembangan aplikasi berbasis android dalam jasa *make up artist* yang berjudul **Kelayakan Aplikasi HESTIGO Berbasis Android Sebagai Penyedia Jasa Makeup Artist**. Aplikasi HESTIGO dibuat sebagai sarana penyedia jasa *makeup* yang dapat mengandalkan dari segi kepraktisan hingga kemudahan dalam penggunaannya, serta tujuan utama aplikasi ini adalah untuk dapat digunakan sebagai sarana pemesanan *makeup* yang mudah digunakan kepada user.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan atau *Research and Development (R&D)*. Metode penelitian dan pengembangan adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu. Pembuatan suatu produk dapat dihasilkan dengan penelitian yang bersifat analisis kebutuhan dan menguji keefektifan produk tersebut, agar dapat berfungsi di masyarakat luas maka diperlukan penelitian untuk menguji produk tersebut. Penelitian R&D menurut Borg & Gall dalam Haryati (2012) menjelaskan bahwa prosedur penelitian R&D memiliki 10 langkah penelitian. Namun, prosedur penelitian ini terdiri dari enam tahapan dikarenakan penelitian yang dilakukan berskala terbatas dan tidak mencakup dalam penelitian yang lebih luas, maka penelitian ini hanya menyesuaikan metode tersebut dan tidak semua langkah pengembangan diterapkan. Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu (1) pengumpulan data, (2) desain aplikasi, (3) pembuatan produk, (4) pengujian produk, (5) revisi produk, dan (6) uji coba terbatas (7) revisi produk akhir. Penelitian ini dilakukan pada grup perkumpulan *makeup artist* kudas bernama MUA *Community* Kudus serta pelanggan aplikasi Hestigo. Fokus penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki keahlian dalam bidang *makeup*, khususnya orang-orang yang baru merintis menjadi *makeup artist* untuk menjajakan jasanya agar mendapatkan pelanggan dan penghasilan dengan membuka jasa *makeup artist*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa

sumber data primer, yaitu peneliti langsung mendapatkan data yang diperoleh dari penggunaan. Teknik pengumpulan data diantaranya observasi, angket atau kuesioner, dan dokumentasi.

Teknik keabsahan data menggunakan teknik keabsahan ahli yang validitas instrumennya dilakukan oleh dua validator. Menurut Sugiyono (2016) Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya pada object yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017) uji validitas dengan menggunakan uji internal yang dilakukan oleh doktor atau pun expert sesuai bidang yang dirancang. Dalam penelitian ini validitas instrument dilakukan oleh 2 validator. Di bawah ini adalah hasil dari perhitungan validitas instrumen penelitian dengan bantuan *Software Ms.Excel*.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No	Validator instrument	Soal									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	V1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
	V2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	Jumlah	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6
3	Persentase	87,5%	87,5%	87,5%	87,5%	87,5%	87,5%	87,5%	87,5%	87,5%	75,0%
4	Rata-rata	86,25%									
5	Kriteria	Sangat valid									
6	Ket.	Instrument dapat digunakan dengan sedikit perbaikan									

Sumber: Peneliti, 2023

Teknik Analisa data yang diperoleh Dalam tahapan ini, semua data yang telah diperoleh dengan berbagai metode kemudian di analisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif, dimana menurut Sugiyono (2015) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Contohnya seperti penyajian data melalui tabel, diagram, maupun grafik.

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai acuannya. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat seseorang terhadap suatu fenomena. Dalam penelitian ini, skala likert digunakan mengukur tingkat kepuasan MUA (*makeup artist*) dan pelanggan mengenai fungsionalitas sistem aplikasi yang diterapkan serta kepuasan pada pelayanan. Adapun skala dalam penelitian ini terdiri dari 4 pilihan seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 2. Skala Likert

No	Skor	Keterangan
1.	4	Sangat Puas
2.	3	Puas
3.	2	Cukup Puas
4.	1	Tidak Puas

Sumber: Sugiyono, 2015

Skala likert dengan 4 poin dipilih guna menghilangkan jawaban responden yang ragu-ragu ingin memilih puas atau tidak puas, yang jika disediakan kategori tersebut justru dapat menghilangkan banyak informasi yang dapat diambil dari responden sebagaimana menurut Hadi (1991) dalam Hartanto (2017) menyebutkan kategori jawaban Undeciden atau kategori tengah dapat diartikan sebagai belum memutuskan atau belum memberi jawaban. Dari indikator tersebut, skor 1 dipilih jika pada aplikasi terdapat error dan justru memperlambat situasi di lapangan, skor 2 dipilih jika aplikasi berjalan dengan baik namun tidak memberikan dampak apapun, skor 3 dipilih jika aplikasi yang diterapkan berjalan dengan baik dan memberikan sedikit dampak positif terhadap pelayanan, dan skor 4 dipilih jika aplikasi yang diterapkan mampu berjalan dengan baik dan mampu menunjang tingkat kepuasan pelanggan.

Responden dalam pengujian ini dilakukan pada MUA dan pelanggan yang menggunakan aplikasi. Hasil data yang sifatnya kuantitatif kemudian dianalisis menggunakan teknik deskriptif persentase. Adapun rumus yang digunakan yaitu menurut Sugiyono (2016).

$$P = \frac{\sum n}{\sum N} \times 100\%$$

Hasil dari persentase tersebut kemudian diubah ke dalam kalimat yang sifatnya kualitatif. Untuk mengetahui kriteria kelayakan aplikasi, perlu dicari terlebih dahulu persentase skor maksimum, persentase skor minimum, dan *range* persentase antar kategori. Adapun kriteria kelayakan aplikasi menurut Sugiyono (2016) digunakan cara, yaitu penilaian uji validitas data instrumen, penilaian uji coba awal (validator produk), dan penilaian uji coba terbatas (respon pengguna). Rentang skor validasi sebagai berikut.

Tabel 3. Rentang Skor Validator Ahli

Aspek	Rerata skor			
	25% - 43,74%	43,75% - 62,49%	62,5% - 81,24%	81,25% - 100%
Warna	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
User interface	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Fungsi sistem	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Kecepatan	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Unsur teknis	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Kemudahan	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik

Sumber: Peneliti, 2023

Pada penilaian uji coba awal (validator produk) terdapat interval presentase dan kriteria kelayakan yang didapat dari rentangan dibagi jumlah kriteria.

Tabel 4. Interval Presentase dan Kriteria

Interval Persentase dan Kriteria
$25\% < \text{Kurang Valid} \leq 43,74\%$
$43,75\% < \text{Cukup Valid} \leq 62,49\%$
$62,5\% < \text{Valid} \leq 81,24\%$
$81,25\% < \text{Sangat Valid} \leq 100\%$

Sumber: Peneliti, 2023

Berdasar pada nilai hasil yang diperoleh, maka nantinya dapat dihasilkan sebuah kesimpulan apakah sistem tersebut perlu diperbaiki atau tidak dari angket yang sudah diisi oleh MUA (makeup artist) maupun pelanggan. Jika persentase kepuasan mencapai 62,5% atau kategori puas, maka aplikasi dianggap “layak” untuk diterapkan lebih lanjut. Sedangkan jika persentase berada di bawah 62,5% maka aplikasi harus diperbaiki dengan mempertimbangkan nilai-nilai yang dirasa kurang.

Pada penilaian uji coba terbatas pada respon pengguna memiliki rentang yang sama dengan penilaian uji coba awal, sebagai berikut.

Tabel 5. Rentangan Skor oleh Respon MUA

Aspek	Rerata skor			
	25% - 43,74%	43,75% - 62,49%	62,5% - 81,24%	81,25% - 100%
Kemudahan memperoleh aplikasi	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Kemudahan pengoprasian aplikasi	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Tampilan	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Isi menu	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Fungsi sistem	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Kecepatan	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik

Sumber: nimas & rahayuningsih., 2019

Table 6. Rentangan skor oleh respon pelanggan

Aspek	Rerata skor			
	25% - 43,74%	43,75% - 62,49%	62,5% - 81,24%	81,25% - 100%
Fungsi	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Kecepatan	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Penggunaan	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Transaksi	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
Pelayanan	Tidak baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik

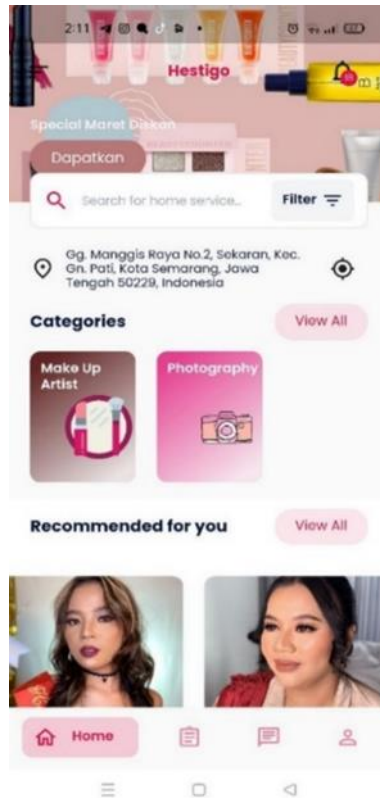
HASIL DAN PEMBAHASAN

Makeup artist adalah seorang seniman yang mengekspresikan kemampuannya pada media tubuh manusia dari ujung rambut sampai ujung kaki. *Make up artist* bukan hanya sekedar merias wajah seseorang melainkan lebih menonjolkan nilai estetika menggunakan teknik yang ada. *Makeup* atau riasan wajah akan menumbuhkan perasaan percaya diri seseorang serta menumbuhkan kepercayaan diri terhadap pasangan Maryan (2020). Seorang *makeup artist* harus ahli dalam ilusi dan manipulasi, yang dimaksud disini adalah bisa menutupi kekurangan dan menunjukkan hasil yang terbaik dari bentuk dan kondisi wajah serta tubuh dalam melakukan *makeup*. Penting juga sebagai *makeup artist* dalam memahami mengenai anatomi terutama wajah, contohnya bentuk dan ukuran. Keterampilan dalam menggambar dan juga melukis juga menunjukkan nilai seni pada seorang *makeup artist*. Sedangkan penyedia jasa menurut kotler & Keller (2006) yakni tiap aktifitas yang ditawarkan yang tidak menyebabkan berpindahnya kepemilikan.

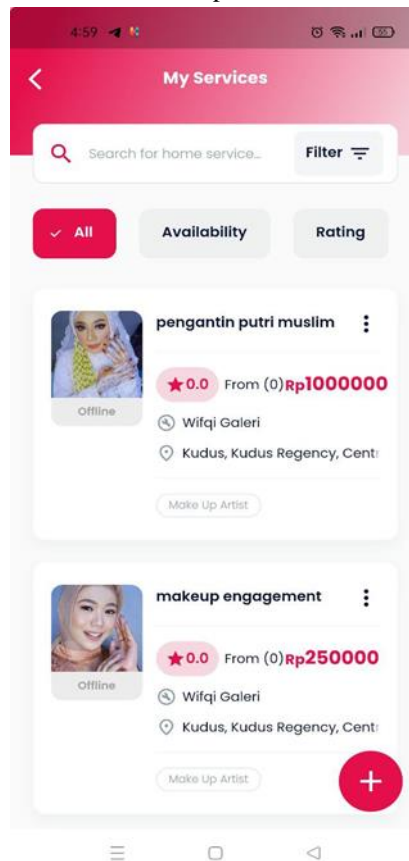
Aplikasi penyedia jasa *makeup* ini diberi nama HESTIGO, filosofi dan makna dari nama Hestigo yaitu diperoleh dari gabungan 2 kata yaitu Hestia dan Go. Kata Hestia diambil dari nama dewi pada mitologi Yunani yang merupakan dewi hati dan symbol rumah yang mana terdapat perapian yang tidak boleh mati pada setiap kota yang disucikan untuknya (Hamilton, 2020:14). Makna dari perapian dipilih karena api merupakan salah satu unsur penopang dalam kehidupan selain tanah, air dan udara. Kemudian kata Go diambil dari Bahasa Inggris yang berarti jalan maju kedepan. Terbuatnya aplikasi ini dengan diberi nama HESTIGO dengan mempertimbangkan makna dari kata yang diambil agar memberikan harapan agar nantinya aplikasi penyedia jasa ini bisa menjadi penopang perekonomian.

Aplikasi HETIGO ini menawarkan berbagai macam jenis *makeup* yang dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan masyarakat, antara lain: *makeup* wisuda, *makeup* tunangan, *makeup* ulang tahun, *makeup* *prewedding*, *makeup* *wedding*, *makeup* karakter, *makeup* *photoshoot*. Aplikasi HESTIGO ini nantinya bisa di download menggunakan *smartphone* yang telah menggunakan operating sistem android dengan minimal versi lollipop. Versi 5.0 atau lollipop ini dapat dikatakan masih tergolong rendah dan versi yang mana saat ini masih sedikit banyak digunakan. Jadi diharapkan semua masyarakat dengan *smartphone* androidnya bisa menggunakan dan memanfaatkan aplikasi penyedia jasa *makeup* ini.

Aplikasi HESTIGO dibagi menjadi 2 aplikasi yang berbeda yaitu aplikasi HESTIGO pengguna dan aplikasi Hestigo *Partner*, yang mana dibedakan dalam pertimbangan dari segi penggunaannya. Aplikasi ini dibedakan menjadi 2 agar lebih fokus pada fungsi dari masing masing aplikasi yaitu yang pertama untuk pemesanan dan yang kedua sebagai penjualan jasa. Aplikasi HESTIGO diperutukkan untuk pengguna dan partner. Aplikasi Hestigo pengguna khusus digunakan pada pelanggan maupun masyarakat luas. Aplikasi ini dibuat guna mempermudah keperluan pencarian serta pemesanan jasa *make up artist*. Didalam aplikasi ini juga terdapat fitur fitur yang mendukung seperti kolom pencarian dan jasa yang direkomendasikan. Sedangkan, aplikasi Hestigo partner khusus digunakan oleh penyedia jasa *makeup artist*, fitur yang ada didalamnya pun berbeda dengan aplikasi hestigo pelanggan karena aplikasi ini dibuat agar *makeup artist* (MUA) bisa mengelola akunnya sendiri seperti: menentukan jenis *makeup* yang di tawarkan, menentukan harga jual jasa *makeup* serta menentukan di ambil tidaknya pesanan jasa yang masuk pada akun.

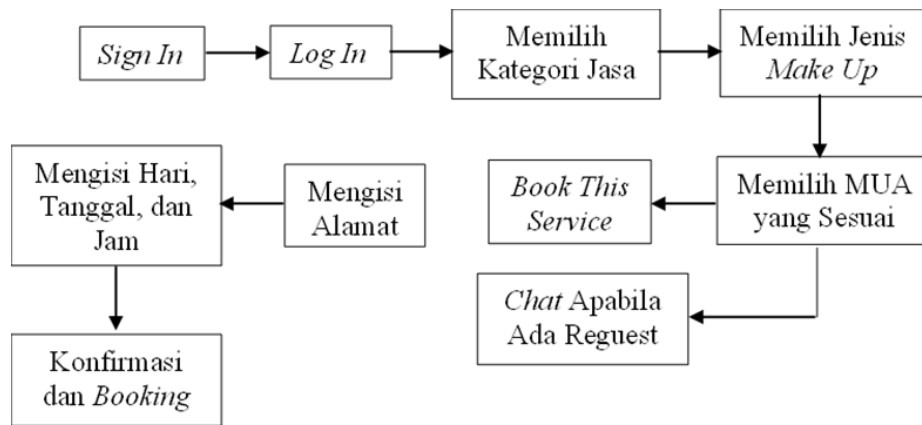


Gambar 1. Tampilan HESTIGO



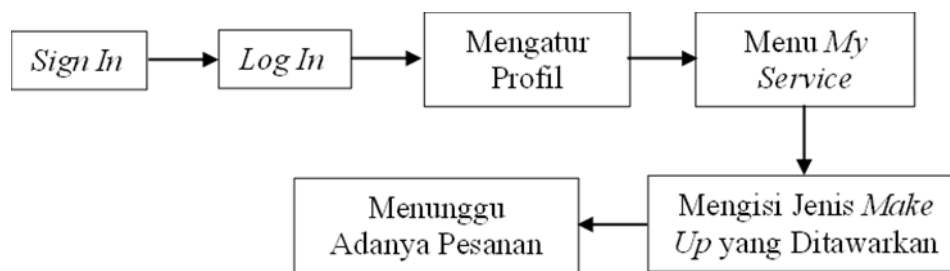
Gambar 2. Tampilan HESTIGO *Partner*

Langkah-langkah dalam pengoperasian aplikasi HESTIGO sebagai berikut.



Gambar 3. Langkah Pengoperasian Aplikasi HESTIGO

Berikut ini langkah pengoperasian pada aplikasi HESTIGO *Partner*, aplikasi ini dapat digunakan oleh makeup artist dalam menjajakan jasanya dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini:



Gambar 4. Langkah Pengoperasian Aplikasi HESTIGO *Partner*

Aplikasi guna membantu MUA dalam mencari pasar serta memudahkan bagi pelanggan dalam mencari MUA yang sesuai dengan budget yang dimiliki, sehingga aplikasi HESTIGO perlu lebih dikembangkan kedepannya. Dalam kegiatan penelitian diawali dengan kegiatan pembuatan aplikasi pada android dengan tahapan uji coba awal, tahap revisi produk, dan tahap uji coba terbatas.

Hasil

Pengambilan data hasil penelitian yang diperoleh melalui angket diperoleh jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan pada angket mengenai aplikasi Hestigo sebagai penyedia jasa *makeup artist* yang berada di lingkungan tempat tinggal peneliti dengan alasan pada daerah kodus belum populer pemesanan jasa *makeup artist* melalui aplikasi penyedia jasa. Tertuang dalam data berupa angka-angka dan bilangan-bilangan. Kemudian data yang berupa angka dan bilangan dideskripsikan dalam bentuk tulisan. Total responden sejumlah 25 orang terdiri dari *MUA community Kudus* dan pelanggan Hestigo.

1. Tahap uji coba awal

Tahap ini merupakan tahap pengujian produk atau tahap uji coba awal atau uji internal dengan skala kecil. Kriteria penilaian dalam tahap ini menggunakan instrumen skala likert dengan rentang skor 1 sebagai skor terendah dan skor 4 sebagai skor tertinggi. Aspek yang akan diujikan pada tahap ini ada enam aspek yaitu (1) warna, (2) *user interface*, (3) fungsi sistem, (4) kecepatan, (5) unsur teknis, dan (6) kemudahan. Pengujian ini dilakukan kepada 2 aplikasi sekaligus yaitu aplikasi Hestigo pelanggan dan aplikasi Hestigo *Partner*. Uji coba awal dilakukan oleh tiga panelis yang ahli di bidang IT dan bidang aplikasi untuk mengetahui kelayakan aplikasi serta memberikan masukan perbaikan kepada aplikasi yang telah dibuat.

Tabel 7. Daftar Panelis

Kode	Profesi dan Instansi
P-01	Dosen PTIK UNNES
P-02	Quality Assurance Kitalogicc
P-03	Staff IT PT. Pura Barutama

Sumber: Peneliti, 2023

Hasil dari tahap uji coba awal atau uji internal dengan skala kecil yang dilakukan oleh ketiga panelis pada aplikasi HESTIGO pengguna dan aplikasi HESTIGO *Partner* dapat dilihat pada tabel yang disajikan.

Tabel 8. Hasil Uji Coba Awal HESTIGO oleh validator

No	Indikator	Sub Indikator	Persentase	Deskriptif Persentase	Kriteria
1	Desain Tampilan	Warna	83,33%	87,49%	Sangat Puas
		User Interface	91,66%		
2	Efektifitas dan efisiensi	Fungsi sistem	83,33%	91,66%	Sangat Puas
		Kecepatan	100%		
3	Kualitas teknis dan kemudahan	Unsur Teknis	83,33%	91,66%	Sangat Puas
		Kemudahan	100%		

Sumber: Peneliti, 2023

Hasil dari tahap uji coba awal atau uji internal dengan skala kecil yang dilakukan oleh ketiga panelis pada aplikasi HESTIGO *partner* disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 9. Hasil Uji Coba Awal HESTIGO *Partner* oleh validator

No	Indikator	Sub Indikator	Persentase	Deskriptif Persentase	Kriteria
1	Desain Tampilan	Warna	75%	79,16%	Sangat Puas
		User Interface	83,33%		
2	Efektifitas dan efisiensi	Fungsi sistem	91,66%	95,83%	Sangat Puas
		Kecepatan	100%		
3	Kualitas teknis dan kemudahan	Unsur Teknis	75%	75%	Puas
		Kemudahan	75%		

Sumber: Peneliti, 2023

Perolehan hasil oleh ketiga panelis menunjukkan bahwa aplikasi HESTIGO *Partner* yang memuat aspek warna, *user interface*, fungsi sistem, kecepatan, unsur teknis, dan kemudahan dengan kriteria “Sangat Puas”.

2. Tahap revisi produk

Tahap revisi produk merupakan tahap yang dilakukan oleh se mua panelis untuk mengetahui point kekurangan pada sistem maupun penambahan fungsi agar sesuai dengan tujuan dan kebutuhan. Tahap ini dilakukan guna melakukan perbaikan dari produk yang sebelumnya telah dirancang dengan memperhatikan point-point yang dirasa kurang. Saran perbaikan yang telah diberikan tidak bisa dilakukan perbaikan semua karena keterbatasan waktu dan biaya.

Adapun komentar dan saran perbaikan, yaitu pada P-01 memberikan saran aplikasi dibuat 1 saja dengan penggunaan 2 user yang berbeda dan perlu di tambahkan petunjuk penggunaan aplikasi. Pada P-02 memberikan saran warna pada menu kategori diganti dari garadasi ke warna linier atau satu warna suapay lebih nyaman dilihat. Pada P-03 memberikan saran untuk mengembangkan aplikasi lebih luas ke app store supaya dapat digunakan pengguna IOS.

3. Tahap uji coba terbatas

Tahap uji coba terbatas merupakan tahap terakhir sebelum produk diproduksi atau aplikasi dapat digunakan oleh pengguna. Uji coba terbatas dilakukan menggunakan lembar angket dengan skala likert dan rentangan skor 1 sebagai skor terendah sampai dengan skor 4 sebagai skor tertinggi. Uji coba terbatas dilakukan dengan dua cara yaitu uji coba oleh 10 *make up artist* untuk menilai aplikasi HESTIGO *partner* dan 15 orang untuk menilai aplikasi HESTIGO pengguna. Aspek yang akan diujikan pada tahap ini ada lima aspek yaitu (1) fungsi aplikasi, (2) kecepatan aplikasi, (3) penggunaan, (4) transaksi, (5) pelayanan.

Hasil dari tahap uji coba terbatas yang dilakukan oleh 15 pelanggan pada aplikasi HESTIGO disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 10. Hasil Uji Coba Terbatas HESTIGO oleh pelanggan

No	Indikator	Sub Indikator	Persentase	Deskriptif Persentase	Kriteria
1	Efektifitas	Fungsi	90%	87,5%	Sangat Puas
		Kecepatan	85%		
2	Kenyamanan	Penggunaan	88,33%	85,83%	Sangat Puas
		Transaksi	83,33%		
3	Pelayanan	Pelayanan	90%	90%	Sangat Puas

Sumber: Peneliti, 2023

Perolehan hasil oleh sepuluh responden *makeup artist* menunjukkan bahwa aplikasi HESTIGO *Partner* yang memuat aspek yang akan diujikan pada tahap ini ada enam aspek yaitu (1) kemudahan memperoleh aplikasi, (2) kemudahan pengoprasian aplikasi, (3) tampilan, (4) isi menu, (5) fungsi sistem, dan (6) kecepatan. dengan kriteria “Sangat Puas”.

Hasil dari tahap uji coba terbatas yang dilakukan oleh lima belas orang pada aplikasi HESTIGO pengguna disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 11. Hasil Uji Coba Terbatas HESTIGO *Partner*

No	Indikator	Sub Indikator	Persentase	Deskriptif Persentase	Kriteria
1	Kemudahan	Memperoleh	90%	87,5%	Sangat Puas
		Pengoprasian	85%		
2	Visualisasi desain tampilan	Tampilan	92,5%	82,5%	Sangat Puas
		Isi menu	72,5%		
3	Efektifitas	Fungsi	82,5%	75%	Puas
		Kecepatan	67,5%		

Sumber: Peneliti, 2023

Dalam penelitian ini peneliti melakukan tiga kali uji dan mendapatkan hasil yang akan diuraikan sebagai berikut. Uji pertama yang dilakukan peneliti adalah uji coba awal. Uji coba awal dilakukan oleh 3 orang panelis yang ahli dalam bidang aplikasi dan bidang IT. Dalam uji coba awal ketiga panelis menilai kedua aplikasi yaitu HESTIGO dan HESTIGO *partner*. Pada uji coba awal bagian penilaian aplikasi HESTIGO memperoleh hasil dengan nilai tertinggi 4 dan nilai terendah 3. Hasil persentase tertinggi memperoleh nilai 100% yaitu dari aspek kecepatan sistem dan kemudahan pengoprasian aplikasi, sedangkan hasil persentase terendah memperoleh nilai 83,3%. Rata rata persentase yang didapatkan pada aplikasi HESTIGO 90,27% menunjukkan penilaian sangat puas. Pada bagian penilaian HESTIGO *partner* memperoleh hasil dengan nilai tertinggi 4 dan nilai terendah 2. Hasil persentase tertinggi memperoleh nilai 100% pada aspek kecepatan sedangkan hasil persentase terendah memperoleh nilai 75%. Rata rata persentase penilaian yang didapatkan 83,33% menunjukkan kriteria sangat puas.

Uji kedua yang dilakukan oleh peneliti adalah uji coba terbatas. Uji coba terbatas ini dilakukan dua kali dan dengan responden yang berbeda. Uji coba terbatas pertama dilakukan oleh 10 *make up artist* yang menilai aplikasi HESTIGO *partner* dan menilai 6 aspek yaitu memperoleh, pengoprasian, tampilan, isi menu, fungsi, dan kecepatan. Pada penilaian ini memperoleh hasil dengan nilai tertinggi 4 dan nilai terendah 2. Hasil persentase tertinggi memperoleh nilai 92,5% yaitu aspek tampilan aplikasi sedangkan hasil persentase terendah memperoleh nilai 67,5% pada aspek kecepatan. Rata rata persentase menunjukkan angka 81,66% yang masih tergolong kriteria sangat puas.

Uji coba terbatas kedua dilakukan oleh 15 pengguna yang menilai aplikasi HESTIGO dan menilai 5 aspek yaitu fungsi, kecepatan, penggunaan, transaksi, dan pelayanan. Pada penilaian ini memperoleh hasil dengan nilai tertinggi 4 dan nilai terendah 2. Hasil persentase tertinggi memperoleh nilai 90% pada aspek fungsi dan pelayanan sedangkan hasil persentase terendah memperoleh nilai 83,33% pada aspek transaksi. Rata rata skor yang didapatkan 87,33% yakni memenuhi kriteria sangat puas.

Pembahasan

1. Uji coba awal

Uji Coba awal dilakukan oleh 3 panelis yang ahli dalam bidang aplikasi ataupun bidang IT. Pengujian ini memiliki tujuan untuk menghasilkan produk yaitu aplikasi yang sesuai dengan saran serta masukan dari panelis, sehingga harapannya produk dapat dipergunakan dan dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan pemesanan jasa *make up artist* atau MUA. Aspek yang akan dinilai pada tahap uji coba awal ada enam aspek yaitu (1) warna, (2) *user interface*, (3) fungsi sistem, (4) kecepatan, (5) unsur teknis, dan (6) kemudahan.

Putra et al. (2020) menyatakan bahwa pembuatan aplikasi harus dilakukan pengujian agar aplikasi yang dihasilkan dinyatakan berjalan dengan baik dari sisi manapun. Dan dengan adanya pengujian dalam penelitian akan dapat mendapatkan fitur lain yang menarik dari saran yang diperoleh panelis. penelitian lain oleh rubiansyah

(2020) menjelaskan bahwa dilakukan pengujian aplikasi terhadap kinerja, spesifikasi dan antarmuka. Penelitian ini relevan pula dengan penelitian Erlangga (2020) yang melakukan penelitian dengan mengambil sampel pada jasa toko kecantikan online. Dan pada penelitian ini dilakukan pula pengujian kelayakan pada perangkat lunak dan menunjukkan bahwa aplikasi yang dihasilkan dengan system rekomendasi memenuhi kriteria kelayakan. Penelitian lain juga terdapat pada keerthana M K (2021) yang berhasil membangun aplikasi jasa *makeup* dan mahendi dengan menyediakan fitur fitur yang beragam.

Sari (2020) menyatakan bahwa adanya kekurangan dalam penelitiannya yaitu belum adanya fitur maps, hal tersebut menjadi fokus peneliti untuk melakukan pengembangan penelitian. Penelitian pada setiawati (2023) juga mendapati hasil bahwa pemakaian aplikasi memberi manfaat dalam pencarian jasa *makeup*. Miskiyah (2022) juga menyatakan bahwa penggunaan aplikasi sangat membantu dalam pencarian informasi jasa *makeup*

2. Uji coba terbatas

Uji coba terbatas pada penelitian ini dilakukan untuk aplikasi HESTIGO *Partner* dan HESTIGO. Uji coba terbatas dilakukan dengan dua macam, yaitu uji coba terbatas oleh 10 *make up artist* dan 15 orang sebagai pengguna. Dari keseluruhan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa pengembangan aplikasi HESTIGO *partner* dapat mempermudah *make up artist* agar jasa mereka dapat ditemukan oleh pengguna, dan dari pengembangan aplikasi HESTIGO dapat digunakan dengan sangat mudah oleh masyarakat untuk mencari jasa *make up artist*.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati et al. (2021) yang dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pemasaran jasa secara online sangat dibutuhkan oleh konsumen untuk memudahkan dalam mendapatkan jasa yang dibutuhkan terlebih dengan pesanan layanan rumah atau *home service*.

Putra (2017) menyatakan bahwa dengan merancang aplikasi marketplace sebagai penyedia jasa dapat mempermudah masyarakat setelah dilakukan pengujian dengan 2 metode yaitu *black box* dan kuisioner kepada 30 responden. Dari hasil pengujian dengan menggunakan skala *Likert's Summated Rating* (LSR) didapatkan nilai dengan jumlah total 2.228 yang menunjukkan aplikasi yang dibuat dapat diterapkan dengan baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Belladona Marviana Firdaus (2021) juga mengungkapkan bahwa dengan menggunakan aplikasi penyedia jasa *makeup* juga sangat menguntungkan, dengan adanya peningkatan pendapatan *makeup artist*

SIMPULAN

1. kelayakan aplikasi Hestigo

Berdasarkan hasil penelitian terhadap uji coba awal atau uji validitas ahli produk yang telah dilakukan pada tiga panelis ahli yaitu riska dami rianto, S.Pd, M.Pd, fikie fauziah dan Naufal arrafi aplikasi HESTIGO dan HESTIGO *Partner* dinyatakan sangat baik, walaupun begitu ada beberapa masukan oleh ahli untuk menyempurnakan tampilan pada aplikasi. Setelah dilakukannya perbaikan aplikasi dapat disimpulkan bahwa aplikasi Hestigo yang dikembangkan sebagai tempat pemesanan jasa *makeup artist* layak digunakan.

2. Respon pengguna terhadap pemakaian aplikasi Hestigo

Setelah dilakukannya perbaikan aplikasi dilanjutkan dengan Uji terbatas dengan *makeup artist* terhadap aplikasi HESTIGO *Partner* dengan dinyatakan sangat baik. Uji terbatas juga dilakukan oleh pelanggan terhadap aplikasi HESTIGO dengan dinyatakan sangat baik. Dari keseluruhan data yang diperoleh aplikasi yang telah dibuat yaitu aplikasi HESTIGO dan HESTIGO *Partner* layak digunakan sebagai tempat jual beli jasa *makeup artist*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alashkar, T., Jiang, S., Wang, S., & Fu, Y. 2017. Examples-rules guided deep neural network for *makeup* recommendation. In *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence* (Vol. 31, No. 1).
- Egadhana, E., Ferry, N., Budiarti, R., Rohmah, S., Leny, N. S., & Magdalen, M. 2019. Rencana Bisnis Pengembangan Usaha Aplikasi "O-Bridge" Aplikasi Penyedia Vendor Jasa. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(2), 115-119.
- Erlangga, E., & Sutrisno, H. (2020). Sistem Rekomendasi Beauty Shop Berbasis Collaborative Filtering. *EXPERT: Jurnal Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi*, 10(2), 47-52.
- Fauzi, R., Wibowo, S., & Putri, D. Y. 2018. Perancangan Aplikasi Marketplace Jasa Percetakan Berbasis Website. *Fountain of Informatics Journal*, 3(1), 5-11.
- Firdaus, B. M., & Dwiyantri, S. 2021. Pemanfaatan Aplikasi Bidding Make Up Artist (Mecapan) Untuk Meningkatkan Pendapatan Make Up Artist Di Jakarta. *e-journal., Volume 10 Nomer 1* (2021), Edisi Yudisium 1 tahun 2021, Hal 42 – 50.
- I. N. Wahyu, "Analisis Yang Mempengaruhi Niat Bertransaksi Online E-commerce Shopee Di Kota Denpasar Provinsi Bali. vol. 1, no. 2, pp. 70–81, 2021.

- Ismawati, F. C., & Marwiyah, M. (2022). Pengaruh Pembelajaran Daring Menggunakan Moodle Terhadap Hasil Belajar Pada Mata Pelajaran Tata Rias Wajah Panggung Di SMK N 3 Magelang. *Beauty and Beauty Health Education*, 11(1), 20-30.
- Keerthana, M. K., & Kruthi, V. 2021. Beauty Community: Android Application for Booking *Makeup* and *Mehendi Artist*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *A framework for marketing management* (p. 352). Boston, MA: Pearson.
- McCabe, M., de Waal Malefyt, T., & Fabri, A. 2020. Women, *makeup*, and authenticity: Negotiating embodiment and discourses of beauty. *Journal of Consumer Culture*, 20(4), 656-677.
- Miskiyah, I. Z., & Setyowati, E. (2022). Persepsi Pengguna Instagram Terhadap Makeup Artist Di Era Teknologi Informasi. *Beauty and Beauty Health Education*, 11(1), 31-37.
- Putra, A. K., Nyoto, R. D., & Pratiwi, H. S. (2017). Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Penyedia Jasa Les Private Di Kota Pontianak Berbasis Web. *JUSTIN (Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi)*, 5(1), 22-26.
- Putra, K. D. K., Piarsa, I. N., & Sukarsa, I. M. (2020). Geographic Information System for Booking Beauty Salon and Barber Shop with an Android-Based ECRM Approach. *Scientific Journal of Informatics*, 7(1), 52-65.
- Rachmawati, D., Sari, S. K., & Prasetyo, H. N. (2021). Aplikasi Clean And Beauty Studi Kasus: Layanan Jasa Kebersihan Dan Perawatan Kecantikan (modul Konsumen). *eProceedings of Applied Science*, 7(5).
- Rubiansyah, A. R., Wibowo, N. C., & Arifiyanti, A. A. 2020. Aplikasi Penyedia Jasa Percetakan Online "Masprint!". *Jurnal Informatika dan Sistem Informasi (JIFoSI)*, 1(3), 982-991.
- Sari, Y., Mustamu, D. G., & Suhandono, E. 2020. Perancangan Sistem Aplikasi Pemesanan Jasa Makeup Artis (MUA) Berbasis *Android*. *Perancangan Sistem Aplikasi Pemesanan Jasa Makeup Artis (MUA) Berbasis Android*, 21(1), 36-47.
- Setiawati, T., & Krisnawati, M. (2023). Pengaruh Pemanfaatan TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. *Beauty and Beauty Health Education*, 12(1), 11-20.
- S. F. Nurfauziah and N. A. Hamdani. The Influence of Social Media Against Interest in Buying Kopilogi Products," *Bus. Innov. Entrep. J.*, vol. 3, no. 1, pp. 75–83, 2021, doi: 10.35899/biej.v3i1.107.
- Sugiyono. 2015. *Metode research and development*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan; Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryanto R. Fajar. 2018. Rancang Bangun Aplikasi Penyediaan Jasa Tenaga Kerja Berbais Android. *Jurnal Tek. Inform.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–6, 2018, doi: 13.021106059.
- Widayani, D., & Inggriantara, A. 2020. Marketing Strategy For Wckd, A New Local Cosmetic Brand. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, Vol. 23, Issue 1 (Dec) ISSN 2289-1560