**Perancangan Antarmuka Pengguna (UI) dan Pengalaman Pengguna (UX) Aplikasi StyleSavvy Berbasis Kebutuhan Pengguna**

**I. Abstrak**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pertumbuhan aplikasi e-commerce fashion, namun banyak pengguna muda mengeluhkan pengalaman yang kurang optimal dalam menjelajahi dan melakukan pembelian pada aplikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk merancang antarmuka aplikasi StyleSavvy dengan pendekatan user-centered design (UCD) berdasarkan hasil riset terhadap pengguna aktif belanja fashion daring. Metode yang digunakan mencakup penyebaran kuesioner, analisis kebutuhan, pembuatan persona, user journey, serta evaluasi heuristik pada prototipe. Hasil awal menunjukkan bahwa pengguna membutuhkan aplikasi yang minimalis, cepat, tidak membingungkan, serta memiliki fitur filter dan checkout yang sederhana. Prototipe awal dibuat menggunakan Figma dan diuji melalui evaluasi heuristik berdasarkan prinsip Nielsen. Temuan ini dapat dijadikan dasar pengembangan sistem StyleSavvy menuju tahap implementasi dan pengujian usability yang lebih lanjut.

Kata kunci: UI/UX, StyleSavvy, perancangan antarmuka, user-centered design, evaluasi heuristik

**II. Pendahuluan**

Kebutuhan masyarakat dalam mengakses produk fashion secara online semakin meningkat, terutama di kalangan usia 17–25 tahun. Namun, banyak aplikasi belanja fashion yang memiliki antarmuka kompleks dan tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna. Pengguna sering mengeluhkan navigasi rumit, informasi produk tidak jelas, dan pengalaman checkout yang membingungkan.

Proyek ini bertujuan untuk merancang ulang antarmuka aplikasi belanja fashion berbasis kebutuhan pengguna dengan pendekatan User-Centered Design (UCD), serta menghasilkan prototipe digital yang dapat diuji secara interaktif.

**III. Metodologi**

Penelitian ini menggunakan metode desain berbasis pengguna (UCD) yang terdiri dari:

* Riset Pengguna: Pengumpulan data melalui kuesioner online dengan total 30 responden (usia 17–25 tahun).
* Sintesis Data: Pembuatan persona, peta empati, dan user journey berdasarkan temuan utama.
* Desain Prototipe: Pembuatan wireframe dan mockup di Figma.
* Evaluasi Heuristik: Penilaian desain awal berdasarkan 10 prinsip Nielsen.
* Dokumentasi dan iterasi: Penyusunan laporan dan rencana iterasi untuk versi berikutnya.

**IV. Hasil & Pembahasan**

Hasil riset menunjukkan bahwa 75% pengguna merasa terganggu dengan promosi berlebihan, 63% kesulitan saat checkout, dan mayoritas membutuhkan filter serta preview ukuran yang jelas. Berdasarkan insight tersebut, prototipe awal menekankan pada:

* Tampilan minimalis & mudah dinavigasi
* Eksplorasi produk tanpa login
* Checkout sederhana dalam 2–3 langkah
* Penambahan fitur wishlist & estimasi ongkir otomatis

Evaluasi heuristik menunjukkan 3 temuan mayor dan 5 minor yang menjadi dasar perbaikan desain.

**V. Simpulan**

Perancangan antarmuka StyleSavvy berbasis riset pengguna mampu mengatasi sebagian besar pain point pengguna fashion digital. Prototipe awal telah disesuaikan dengan kebutuhan mayoritas pengguna dan dinilai cukup efektif dari segi usability. Penelitian selanjutnya akan difokuskan pada uji coba langsung dengan pengguna (usability testing) untuk mendapatkan metrik kuantitatif.