

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Industri jasa konstruksi mencakup berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pembangunan dan pengembangan infrastruktur, seperti bangunan, jalan raya, jembatan, dan fasilitas lainnya. Selain membangun dari nol, jasa konstruksi juga mencakup renovasi, perbaikan, dan pemeliharaan struktur yang sudah ada. Industri ini melibatkan banyak pihak seperti kontraktor, konsultan, dan subkontraktor yang bekerjasama untuk menyelesaikan proyek sesuai dengan spesifikasi dan jadwal yang telah ditetapkan. Terlibatnya berbagai pihak ini membantu memastikan bahwa proyek konstruksi dapat berjalan lancar, efisien, dan sesuai dengan standar yang diharapkan (Rifda, 2024).

Pekerja konstruksi yang memiliki keahlian dalam pembangunan dan pemeliharaan bangunan disebut subkontraktor atau tukang sipil. Mereka bertanggung jawab atas tugas-tugas seperti membangun, merenovasi, memperbaiki struktur bangunan seperti rumah, gedung, jembatan, atau infrastruktur lainnya, serta proses instalasi. Tukang sipil memiliki pengetahuan yang mendalam tentang elemen konstruksi seperti pondasi, dinding, struktur atap, dan instalasi bangunan lainnya. Peran mereka sangat penting dalam memastikan bangunan aman, kuat, dan sesuai dengan standar struktural. Tukang sipil bekerja sama dengan arsitek dan insinyur sipil untuk memahami dan melaksanakan rencana konstruksi yang telah disusun.

Saat ini masih banyak orang yang kesulitan dalam mencari seseorang untuk membantu pekerjaan yang tidak bisa dilakukan berdasarkan kemampuannya (Janis et al., 2020). Untuk mengatasi hal tersebut dibutuhkan keahlian dan keterampilan khusus dalam melakukan pekerjaan tersebut. Permintaan akan jasa tukang sipil yang andal terus meningkat seiring dengan pesatnya pembangunan di berbagai daerah. Tidak hanya terbatas pada pembangunan besar, jasa tukang juga sangat diperlukan dalam proyek kecil seperti renovasi rumah dan pemasangan infrastruktur pribadi (Janis et al., 2020).

Terdapat kesenjangan antara kebutuhan masyarakat akan jasa tukang yang andal dengan aksesibilitas layanan tersebut. Pemasaran bisnis jasa tukang masih dijalankan menggunakan sistem manual dengan cara mencari informasi tukang bangunan melalui *website* atau informasi dari mulut ke mulut, sehingga masyarakat sulit mendapatkan informasi mengenai tukang untuk kebutuhan perbaikan rumah yang sesuai dengan masalah yang terjadi (Wijaksono et al., 2019). Kurangnya informasi yang tersedia mengenai latar belakang, keterampilan, dan kualitas layanan yang mereka tawarkan adalah tantangan utama dalam memilih tukang. Konsumen seringkali hanya mengandalkan rekomendasi dari lingkaran sosial mereka, yang menyebabkan keterbatasan dalam pilihan. Studi oleh Janis et al. (2020) mengungkapkan bahwa masalah jarak dan kurangnya akses terhadap informasi membuat masyarakat kesulitan menemukan tukang yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Salah satu aspek kritis dalam layanan jasa tukang adalah transparansi biaya. (Mittal & Agrawal, 2016) menjelaskan bahwa transparansi harga memengaruhi dua aspek *service quality*, yaitu *assurance* (jaminan) dan *reliability* (keandalan), yang mengarah ke meningkatnya loyalitas konsumen. Akibat kurangnya transparansi biaya, konsumen merasa tidak puas dengan layanan tukang karena adanya biaya tambahan yang tidak dijelaskan di awal. Untuk mendapatkan kebutuhan tukang yang sesuai, pengguna biasanya dihadapkan dengan permasalahan harga yang tidak sesuai dengan budget pengguna dan ketidakpuasan pengguna dengan hasil yang diberikan oleh tukang karena hanya sembarangan mencari tukang untuk melakukan perbaikan rumah (Wijaksono et al., 2019).

Selain permasalahan yang terkait dengan pengguna jasa tukang, tukang sendiri mengalami banyak kesulitan dalam mencari pelanggan atau klien, terutama jika mereka bekerja secara mandiri tanpa dukungan dari jaringan atau *platform* digital yang dapat mempromosikan jasa mereka. Minimnya akses terhadap pemasaran atau saluran untuk menawarkan keahlian mereka sering kali membuat tukang sulit mendapatkan proyek secara konsisten. Kebutuhan akan promosi dan konektivitas dengan calon klien menjadi semakin penting dalam era digital saat ini. Selain itu, kurangnya mekanisme yang efektif untuk membangun reputasi tukang menjadi hambatan dalam meningkatkan kepercayaan dan kualitas layanan. Terbatasnya

sarana untuk pertukaran pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman antara anggota komunitas dalam konteks layanan jasa tukang juga menghambat perkembangan profesionalisme dalam industri ini.

Perkembangan teknologi di era modern ini berlangsung dengan sangat cepat. Seiring dengan kemajuan zaman, teknologi yang dihasilkan menjadi semakin canggih. Hal ini mempermudah manusia dalam menyelesaikan tugas-tugas sehari-hari berkat berbagai alat teknologi yang semakin inovatif (Rahayu, 2019). Pertumbuhan digital yang pesat membuka peluang bagi inovasi dalam sektor jasa, termasuk layanan tukang. Pandemi Covid-19 mendorong masyarakat pada umumnya lebih cepat mengadopsi teknologi digital, meskipun terkadang masih menghadapi sedikit kesulitan (Trinugroho et al., 2022). Di era yang semakin maju ini, banyak inovasi terbaru dalam penyediaan layanan jasa, baik yang berbasis situs web maupun aplikasi *mobile* (Setiawan, 2019) untuk membantu menemukan pekerjaan dengan mudah.

Mengingat adanya permasalahan yang dihadapi oleh tukang dan pengguna, maka diperlukan sebuah *platform* yang dapat menghubungkan kedua hal tersebut. Adapun dalam perancangan ini, *platform* yang digunakan adalah aplikasi. Aplikasi penyedia jasa tukang yang dirancang dengan baik dapat menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan, baik bagi pengguna yang membutuhkan layanan maupun bagi tukang yang mencari pekerjaan. Namun, *platform* yang ada saat ini belum memfasilitasi komunikasi dan transaksi antara pengguna dan tukang lokal secara optimal, sehingga menyebabkan keterbatasan dalam membangun dan memelihara ekosistem yang seharusnya dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Aplikasi ini diperlukan karena memungkinkan interaksi yang lebih efisien dan mudah diakses kapan saja dan di mana saja.

Untuk memahami semua isu yang terkait dengan pengguna, maka digunakan kerangka kerja *Design Thinking*, yaitu *framework* yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna dan *problem solving* yang kreatif. Menurut (Soedewi et al., 2022) dalam (Mootee, 2013:1-204), *design thinking* adalah *framework* strategis untuk inovasi dalam perancangan yang berfokus pada pengguna melalui proses empati. Pendekatan ini menganalisis kebutuhan pengguna

dengan memperhatikan aspek hubungan, perilaku, interaksi, dan emosi, sehingga dapat menghasilkan solusi yang efektif dan relevan.

Berdasarkan dari uraian permasalahan-permasalahan yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana *platform* jasa tukang berbasis aplikasi dapat dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan tukang secara optimal. Dimulai dari bagaimana *platform* berbasis aplikasi untuk jasa tukang dapat dikembangkan agar memudahkan pencarian dan pemilihan tukang sesuai kebutuhan pengguna, serta bagaimana *User Interface* (UI) dapat dirancang untuk meningkatkan transparansi informasi terkait biaya layanan dan kualifikasi tukang. Dari penelitian ini, diharapkan dapat menjadi landasan dalam mengembangkan *platform* berbasis aplikasi yang mendukung pencarian dan pemilihan tukang sesuai kebutuhan pengguna, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi banyak kalangan masyarakat. Pemilihan topik ini juga sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan, khususnya dalam aspek pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi (SDGs 8) serta industri, inovasi, dan infrastruktur (SDGs 9).

## **1.2 Permasalahan**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Dalam konteks meningkatnya kebutuhan akan layanan jasa tukang di era digital, beberapa permasalahan utama yang sering dihadapi baik oleh pengguna maupun tukang sipil adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat seringkali kesulitan dalam menemukan tukang andal dan pencarian sering kali bergantung pada rekomendasi dari teman atau keluarga.
2. Masyarakat sering dihadapkan pada biaya tambahan yang tidak transparan atau tidak menjelaskan rincian biaya jasa.
3. Sebagian besar tukang andal mengalami kesulitan untuk mempromosikan diri dan menjangkau pelanggan potensial.
4. Kurangnya *platform* yang efektif untuk memfasilitasi komunikasi dan transaksi antara pengguna dan tukang lokal secara optimal, terutama dalam hal kemudahan akses dan transparansi informasi.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang aplikasi yang dapat mempermudah akses antara pengguna jasa layanan tukang dengan tukang yang andal dan berkualitas serta memperluas jangkauan tukang dalam mempromosikan jasanya.

### **1.3 Ruang Lingkup**

Penelitian ini berfokus pada pengembangan *platform* jasa tukang berbasis aplikasi yang memudahkan akses dan navigasi pengguna. Transparansi biaya diidentifikasi sebagai faktor penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan mencegah biaya tambahan yang tidak diharapkan. Target utamanya adalah masyarakat umum yang membutuhkan layanan tukang, serta tukang lokal yang mencari peluang pekerjaan baru. Layanan ini akan diimplementasikan di daerah-daerah dengan pertumbuhan ekonomi digital yang pesat, terutama sektor perumahan yang belum memenuhi standar ketahanan bangunan. Penelitian ini relevan dilakukan saat ini mengingat tren ekonomi digital yang semakin dominan, yang mempengaruhi cara orang mencari dan menyediakan jasa. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs 8 dan SDGs 9) dengan mendukung pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi, serta mendorong inovasi dalam industri dan infrastruktur.

### **1.4 Tujuan Perancangan**

Adapun tujuan perancangan dari penelitian ini yaitu bagaimana merancang aplikasi yang dapat mempermudah akses antara pengguna jasa layanan tukang dengan tukang yang andal dan berkualitas serta memperluas jangkauan tukang dalam mempromosikan jasanya.

## 1.5 Metode Pengumpulan Data dan Analisis

### 1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

#### A. Primer

##### 1. Observasi

Menurut (Soewardikoen, 2021) metode observasi merupakan suatu proses kompleks yang melibatkan interaksi antara aspek biologis dan psikologis. Metode pengumpulan data menggunakan observasi dilakukan untuk mengamati dan menganalisis penggunaan aplikasi sejenis.

##### 2. Wawancara

Wawancara berupa proses tanya jawab antara dua pihak (Irawan et al. 2024). Metode pengumpulan data melalui wawancara dilakukan dengan melibatkan tukang terkait untuk memperoleh informasi mendalam secara langsung, baik mengenai pengalaman, pandangan, maupun motivasi mereka.

##### 3. Kuesioner

Metode kuesioner atau *survey online* adalah teknik pengumpulan data yang memungkinkan informasi diperoleh dalam waktu singkat dengan bantuan sejumlah besar responden untuk menjawab serangkaian pertanyaan pilihan yang telah disiapkan (Soewardikoen, 2021). Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner diberikan kepada masyarakat yang menjadi calon pengguna aplikasi jasa layanan tukang untuk memahami kebutuhan dan preferensi mereka.

## B. Sekunder

### 1. Studi Pustaka

Menurut (Habsy et al., 2023), studi kepustakaan, adalah metode pengumpulan data melalui analisis dan penelaahan buku, literatur, catatan, serta laporan yang relevan dengan masalah penelitian. Metode ini digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam dan menyusun landasan teoritis dengan mengumpulkan data serta sumber yang terkait topik penelitian yang sedang diteliti.

## 1.5.2 Metode Analisis Data

### 1. Analisis Matriks Perbandingan

Analisis matriks perbandingan merupakan metode yang menyajikan data secara seimbang dengan menggunakan teks dan gambar sebagai alat untuk membandingkan, sehingga membantu mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan dalam data penelitian (Soewardikoen, 2013). Metode ini membantu menilai karakteristik, efektivitas, atau relevansi tiap opsi, sehingga dapat memilih alternatif terbaik atau memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang elemen yang dibandingkan.

### 2. Customer Journey

Menurut (Tueanrat et al., 2021) pada (Følstad & Kvale, 2018b), Istilah "*customer journey*" merupakan rangkaian proses yang dilalui pelanggan untuk menggunakan layanan perusahaan. Konsep *customer journey* menciptakan kerangka yang efektif untuk menilai pengalaman pelanggan dalam berbagai konteks layanan (Mangiaracina, Brugnoli, & Perego, 2009). Analisis *customer journey* membantu mengidentifikasi momen-momen penting yang mempengaruhi pengalaman pelanggan (Rawson, Duncan, & Jones, 2013).

### 3. *User Persona Analysis*

*User persona* adalah teknik pendekatan dalam interaksi manusia dan komputer (*Human-Computer Interaction*) yang membantu peneliti mendapatkan pemahaman lebih dalam mengenai karakteristik serta perilaku pengguna (Rahman Hidayatullah & Andhyka Kusuma, 2021). Dengan menciptakan user persona yang akurat, perusahaan dapat membuat keputusan lebih relevan, meningkatkan pengalaman pengguna, dan memenuhi kebutuhan spesifik audiens target.

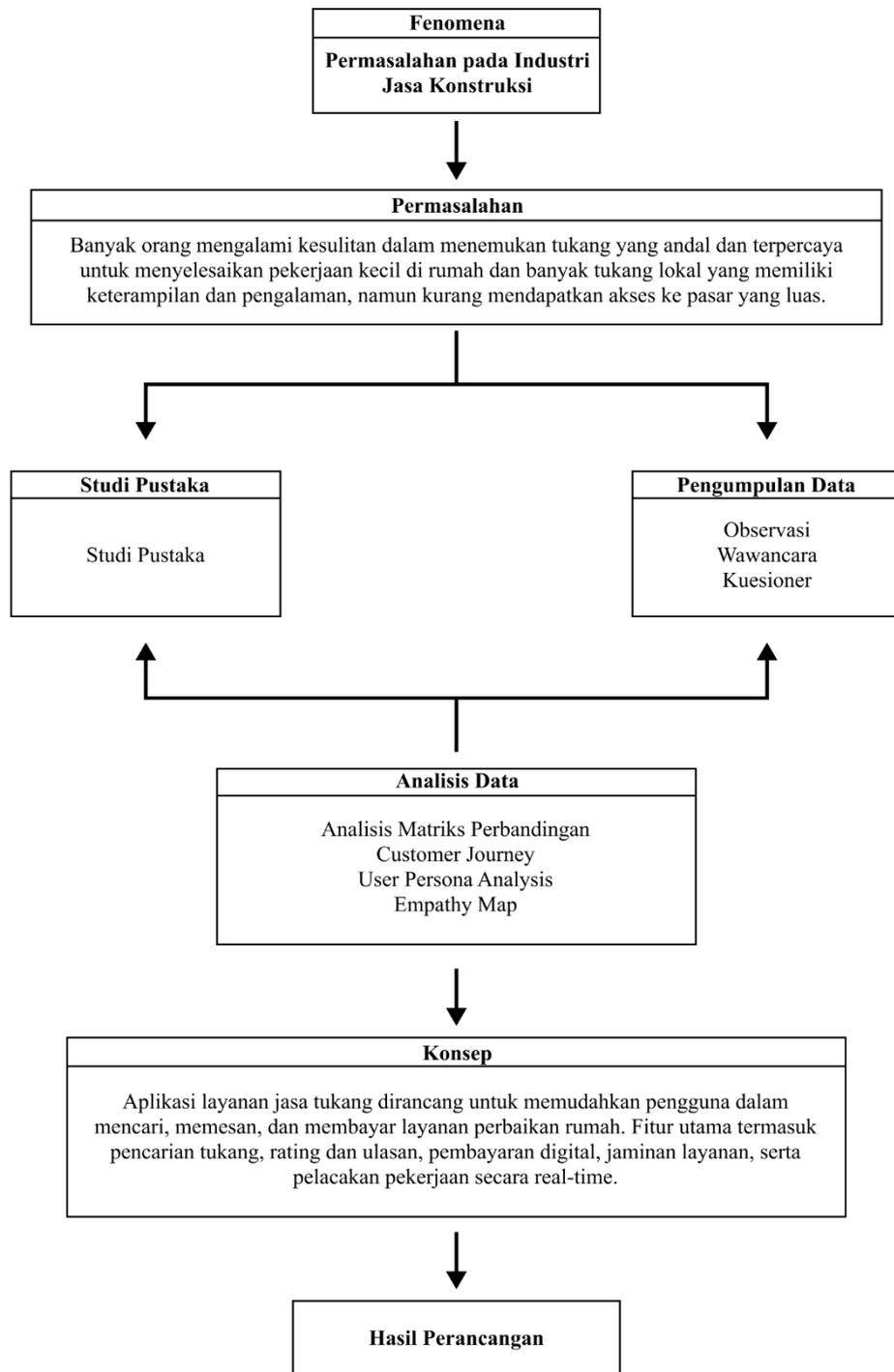
### 4. *Empathy Map*

Metode *design thinking*, tahap *empathy map* membantu untuk lebih memahami target audiens secara mendalam. Melibatkan pemahaman tentang apa yang mereka pikirkan, rasakan, katakan, dan lakukan sehari-hari, sehingga dapat mengidentifikasi masalah dan peluang yang ada. Proses ini memungkinkan desainer untuk menciptakan solusi yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Dengan alur pengolahan data yang terstruktur, dapat merumuskan ide dan strategi desain secara efektif. (Ulita et al., 2024)

## 1.6 Metode Perancangan

Dalam dunia desain produk dan layanan, memahami kebutuhan pengguna adalah langkah pertama yang sangat penting untuk menciptakan solusi yang relevan dan efektif. *Design thinking* adalah metode strategis untuk inovasi dalam perancangan yang berfokus pada pengguna melalui proses empati (Soedewi et al., 2022), menggali kebutuhan mereka, dan mengembangkan solusi inovatif yang tidak hanya memenuhi harapan pengguna, tetapi juga mendukung tujuan bisnis. Dalam konteks aplikasi layanan jasa tukang, penerapan *design thinking* dapat membantu merancang sebuah platform yang mudah diakses, transparan, dan dapat dipercaya oleh kedua belah pihak yaitu pengguna dan tukang untuk memenuhi kebutuhan renovasi dan perbaikan rumah yang efisien dan berkualitas.

## 1.7 Kerangka Perancangan



**Gambar 1. 1** Kerangka Perancangan

Sumber: Dokumen Pribadi

## 1.8 Pembabakan

### A. BAB I PENDAHULUAN

Mencakup latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, dan metode pengumpulan serta analisis data. Ini memberikan gambaran awal tentang pentingnya pengembangan *platform* jasa tukang berbasis aplikasi untuk meningkatkan aksesibilitas dan transparansi layanan.

### B. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Mencakup teori-teori yang menjadi titik awal dalam mendekati permasalahan yang dijelaskan pada Bab I. Teori-teori yang digunakan meliputi Aplikasi *Mobile*, UI/UX, Teori Analisis, dan Teori Perancangan. Penutup dari bab ini berupa kerangka teori.

### C. BAB III DATA DAN ANALISIS DATA

Mengulas data yang mendukung masalah yang telah diidentifikasi, seperti ketidaksesuaian antara kebutuhan konsumen dan layanan tukang. Data tersebut dapat berupa hasil observasi, wawancara, dan kuesioner serta studi pustaka terkait aksesibilitas layanan tukang, transparansi biaya, serta tantangan yang dihadapi tukang lokal dalam menjangkau pasar.

### D. BAB IV STRATEGI DAN HASIL PERANCANGAN

Menguraikan strategi pengembangan desain UI dan UX untuk *platform* jasa tukang berbasis aplikasi *mobile*. Menjelaskan fitur-fitur utama yang dirancang serta bagaimana desain tersebut mampu memenuhi kebutuhan pengguna dan tukang secara efektif.

### E. BAB V PENUTUP

Kesimpulan serta saran dari penelitian dan hasil perancangan UX/UI.