

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi ini bukan saja merubah gaya hidup tetapi memunculkan pandangan baru terhadap berbagai bidang seperti desain produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen ataupun pengguna suatu produk. Seperti merencanakan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen karena faktor penentu keberhasilan suatu produk terletak pada konsumen atau pengguna. Oleh karena itu diperlukan desain yang tepat untuk menyesuaikan terhadap kebutuhan dan keinginan para pengguna.

Sebagai contoh masjid Al-Muqtashidin di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Yang baru-baru ini melakukan renovasi fasilitas dan bangunan masjid untuk memenuhi kebutuhan para penggunanya, dimana sholat merupakan ibadah yang wajib bagi para umat muslim sehingga adanya tempat ibadah seperti masjid sangatlah penting. Selain untuk tempat ibadah masjid juga berguna untuk menunjang berbagai kegiatan dari mulai anak-anak, remaja, hingga orang tua. Sehingga menentukan desain masjid agar terlihat indah dan terasa nyaman bagi para pengguna harus membutuhkan desain yang sesuai kebutuhan para pengguna. Sehingga banyak bangunan masjid yang di desain dengan berbagai bentuk, dan corak warna, dan desain yang bertujuan untuk menarik bagi para pengguna.

Para pengguna masjid cenderung memilih masjid yang bersih, nyaman dan aman bagi para pengguna masjid. Karena dengan memilih masjid yang nyaman atau sesuai dengan kebutuhan pengguna masjid, akan ada harapan beberapa unsur yang memenuhi

kriteria pengguna masjid untuk mendapatkan rasa puas setelah melakukan ibadah di masjid Al-Muqtashidin. Dengan melihat kondisi semacam ini, maka pengurus masjid harus mengubah sikap mereka menjadi *consumer oriented*. Hal ini menggambarkan strategi produksi yang sangat penting menurut sudut pandang dan pemuan terhadap keinginan, harapan, dan permintaan para pengguna masjid. Para pengguna masjid atau jamaah masjid tentu saja akan mencari apa yang mereka butuhkan dan memiliki daya tarik tersendiri terhadap pilihan dan kenyamanan pengguna.

Sebagai langkah awal maka perlu dilakukan indentifikasi terhadap keinginan konsumen. Identifikasi keinginan pengguna dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap suatu produk, dalam hal ini produk tersebut berupa bangunan masjid Al-Muqtashidin Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Analisis tersebut dilakukan karena pada dasarnya baik pengguna maupun penyedia fasilitas masjid tidak mengetahui secara tepat apa yang diinginkan pengguna. Oleh karena itu, dilakukan identifikasi keinginan pengguna agar masjid, khususnya tim perancang produk (*product designer*) dapat mendesain produk yang sesuai dengan keinginan pengguna. Pada situasi ini, sangatlah penting untuk menganalisis “*Human Kansei*” seperti perasaan atau emosi dan sangatlah penting untuk menterjemahkan informasi ini menjadi suatu desain yang tepat dalam pengembangan produk. Nagamachi telah mengambil bentuk konkrit mengenai ide ini dan telah mengembangkan “*Kansein Engineering*” sebagai sebuah teknologi yang efektif untuk tujuan mendukung konsumen dalam pengambilan keputusan dan kreativitas desainer.

Kansei Engineering sebagai salah satu jenis metodologi pengembangan produk, dapat didefinisikan sebagai sebuah metodologi untuk menterjemahkan proses psikologi manusia terhadap suatu produk yang telah ada ataupun konsep desain baru (Schutte,

2002). Psikologi manusia yang dimaksud dapat berarti seperti kesan perasaan, permintaan dan emosi yang berkaitan dengan produk-produk menjadi elemen-elemen desain produk yang sesuai seperti ukuran, bentuk, fungsi, corak, warna, dan sebagainya. Dengan melalui metode *kansei* ini juga, sehingga dapat melakukan evaluasi terhadap produknya sebelum meluncurkannya ke pasar. Jika citra dan keinginan pengguna terpenuhi, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan produk tersebut dalam konteks ini adalah penggunaan masjid.

Penilaian tentang kepuasan pengguna sangatlah penting untuk meningkatkan fasilitas dan pelayananyang ada di masjid Al-Muqtashidin. Dalam hal ini pembaharuan atau renovasi yang di lakukan akan berdampak positif untuk jamaah masjid Al-Muqtashidin dan menambah rasa nyaman. Oleh karnaitu di butuhkan Metode Kansei Engineering dan analisis faktor yang memenuhi kepuasan pengguna. Sehingga untuk mengetahui seberapa efektif renovasi yang di lakukan agar memenuhi kepuasan pengguna masjid Al-Muqtashidin. Dengan menganalisis atribut yang mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap desain produk dengan menggunakan Metode kansei engineering.

Mengingat kepuasan pengguna barang atau jasa itu penting maka penulis tertarik mengangkat hal tersebut sebagai karya ilmiah dengan judul **“ANALISIS ATRIBUT YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGGUNA TEMPAT IBADAH DENGAN MENGGUNAKAN METODE KANSEI ENGINEERING “**

1.2. Rumusan masalah

Atribut-atribut apa saja yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna masjid Al-Muqtashudin di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah agar mengetahui apakah desain produk yang diterapkan guna pembangunan masjid Al-Muqtashidin FE UII berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dengan menggunakan metode kansei engineering.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris tentang integrasi metode kansei dan model kano untuk memberikan kepuasan pengguna.

2. Manfaat bagi organisasi

Penelitian ini dapat di jadikan referensi guna meningkatkan kepuasan pengguna masjid Al-Muqtashidin.

3. Manfaat bagi publik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan ilmu pengetahuan bagi masyarakat.