

**Pengembangan Layanan Inovasi Terbaru Untuk Memberikan Keunggulan
Bersaing Dengan Menggunakan Metode *Design Thinking***

(Studi Kasus TB Kawan Baru Demak)



TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**

Nama : Syauqi Taufiqurrohman

No. Mahasiswa : 18522351

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Bismillahirrohmanirrohim, dengan ini saya Syauqi Taufiqurrohman menyatakan bahwa pada penulisan tugas akhir ini merupakan hasil kerja saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program Sarjana Teknik ini ataupun program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawaban sepenuhnya berada di pundak saya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa pengakuan saya ini tidak benar serta melanggar peraturan yang sah, maka saya siap diberikan sanksi yang setegas-tegasnya. Terimakasih.

Yogyakarta, 10 September 2022



Syauqi Taufiqurrohman

SURAT KETERANGAN PENELITIAN



TB. KAWAN BARU DEMAK

Jalan Raya Gubug – Purwodadi, Desa Mintreng RT/RW 01/04,
Kebonagung, Sekar Petak, Kebonagung, Kec. Kebonagung, Kabupaten
Demak, Jawa Tengah 59583. HP 08132547967

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : Syauqi Taufiqurrohman
NIM : 18522351
Jurusan : Teknik Industri
Fakultas : Fakultas Teknologi Industri
Univeritas : Universitas Islam Indonesia

Bahwa yang bersangkutan telah selesai melakukan penelitian di TB. Kawan Baru Demak dengan judul penelitian “Pengembangan Layanan Inovasi Terbaru Untuk Memberikan Keunggulan Bersaing Dengan Menggunakan Metode *Design Thinking* (Studi Kasus TB. Kawan Baru Demak)”.

Demikian surat ini dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 09 September 2022



Achmad Munif
Pemilik Toko

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING
PENGEMBANGAN LAYANAN INOVASI TERBARU UNTUK MEMBERIKAN
KEUNGGULAN BERSAING DENGAN MENGGUNAKAN METODE
DESIGN THINKING
(Studi Kasus TB Kawan Baru Demak)

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
strata-1 pada jurusan teknik industri fakultas teknologi industri

Disusun Oleh :

Nama : Syauqi Taufiqurrohman

No.Mahasiswa :18522351

Yogyakarta, 10 September 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Bambang Suratno, S.T., M.M., Ph.D

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI
PENGEMBANGAN LAYANAN INOVASI TERBARU UNTUK MEMBERIKAN
KEUNGGULAN BERSAING DENGAN MENGGUNAKAN METODE
DESIGN THINKING
(Studi Kasus TB Kawan Baru Demak)

TUGAS AKHIR

Oleh:

Nama : Syauqi Taufiqurrohman

No Mahasiswa : 18522351

Telah dipertahankan di depan sidang pengujian sebagai satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri

Yogyakarta, 5 Oktober 2022

Tim Penguji

Bambang Suratno, S.T., M.T., Ph.D.

Ketua

Wahyudi Sutrisno, S.T., M.M., M.T.

Anggota I

Muchamad Sugarindra, S.T., M.T.I.

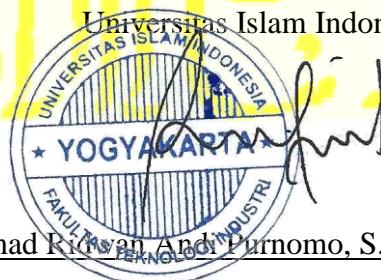
Anggota II

Mengetahui

Ketua Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



Ir. Muhammad Rizwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh. Dengan rasa syukur laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk kedua orang tua, kakak dan adik saya yang selama ini selalu mendukung, memberikan motivasi dan terus mendoakan kesuksesan saya sehingga bisa sampai menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan baik. Bapak Bambang Suratno, S.T., M.M., Ph.D, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan laporan Tugas Akhir. Tidak lupa juga untuk teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dan berbagi ide saat berprogress bersama di Teknik Industri Universitas Islam Indonesia. Untuk itu semoga kita semua senantiasa dalam kondisi sehat wal'afiat selalu dan dipertemukan dalam kondisi yang lebih baik, amiinnn.

MOTTO

“Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali.” – HR Tirmidzi

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya” – QS. Al-Baqarah:286

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil alamin, wabihi nasta'inu 'ala umuriddunya waddin, washolatu wassalamu 'ala asrofill ambiyai walmursalin, sayidina wahabibina, wasafiina, wamaulana Muhammad SAW, wa'ala alihi washohbihi ajma'in. Puja dan puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti selalu dalam keadaan sehat dan dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir di Toko Bangunan “Kawan Baru” dengan judul “Pengembangan Layanan Inovasi Terbaru Untuk Memberikan Keunggulan Bersaing Dengan Menggunakan Metode *Design Thinking*” (Studi Kasus TB Kawan Baru Demak).

Selama penulisan laporan ini penulis menyadari bahwa banyak sekali bantuan, dukungan, do'a, dan motivasi yang diberikan dari berbagai pihak, sehingga penulisan laporan ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya gangguan atau hambatan yang berarti. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM selaku Ketua Prodi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Bambang Suratno, S.T., M.M., Ph.D, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan kepada penulis.
4. Keluarga tercinta, ayah, ibu, kakak perempuan serta adik laki-laki penulis yang tak berhenti memberikan doa dan dukungan untuk kelancaran dalam mengerjakan penulisan laporan Tugas Akhir.
5. Bapak Achmad Munif selaku pemilik TB. Kawan Baru yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas yang telah memudahkan penulis dalam melaksanakan penelitian skripsi.

6. Segenap karyawan TB. Kawan Baru yang telah memberikan izin dan bantuan selama penelitian.
7. Sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga dukungan, do'a, dan motivasi serta seluruh kebaikan yang diberikan oleh seluruh pihak kepada penulis, mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah Subhanahu wa Ta'ala. Saya selaku Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir yang sudah disusun masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis menerima segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun demi terwujudnya output yang lebih baik dari sebelumnya. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua orang yang membacanya dikemudian hari, Aamiin .
Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 10 September 2022



Syauqi Taufiqurrohman

ABSTRAK

TB. Kawan Baru merupakan toko bangunan yang menyediakan berbagai macam bahan bangunan serta dapat mengirimkan pesanan menggunakan truk. TB. Kawan Baru ingin berhasil dalam menciptakan keunggulan agar dapat bersaing dengan toko bangunan lainnya menggunakan metode *Design Thinking* untuk pengembangan ide dan layanan baru. *Design Thinking* terdiri dari 5 tahapan yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Untuk memperkuat tahapan *Design Thinking*, digunakannya metode *Delphi* dan metode *System Usability Scale* (SUS) dalam penelitian. Metode *Delphi* digunakan dalam tahapan *Empathize* untuk memvalidasi hasil analisis pendapat responden yang kemudian dimasukkan dalam *Empathy Map*. Sedangkan metode *System Usability Scale* (SUS) digunakan pada tahap *Test* untuk melakukan evaluasi dan mengukur kelayakan toko dengan menyebarkan kuesioner. Lima tahapan *Design Thinking* dikombinasikan untuk menentukan *Service-Dominant Model Business Radar* (SDBM-R) guna menjawab preferensi keinginan konsumen terkait operasi dan pelayanan yang ideal. Hasil penelitian jasa yang disarankan pada TB. Kawan Baru berupa operasi layanan bisnis baru dengan visualisasi *Blueprint*. Dari pengujian *Service Blueprint* mendapatkan nilai dalam kategori bagus atau layak diterapkan. TB. Kawan Baru berpendapat bahwa operasi *Service Blueprint* layanan inovasi baru jasa renovasi bangunan akan terealisasi dengan semestinya serta mudah diterapkan. Maka, TB. Kawan Baru tertarik menggunakan sistem layanan jasa renovasi bangunan yang telah didesain.

Kata kunci: *Design Thinking*, *Delphi*, *System Usability Scale*, *Service Dominant Business Model Radar*, *Service Blueprint*, Jasa Renovasi Bangunan

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian	5
1.6 Sistematika Penelitian	6
BAB II KAJIAN LITERATUR.....	7
2.1 Kajian Deduktif.....	7
2.1.1 Jasa.....	7
2.1.2 Ritel.....	8
2.1.3 <i>Design Thinking</i>	8
2.1.4 Inovasi melalui <i>Design Thinking</i>	10
2.1.5 <i>Empathy Map</i>	11
2.1.6 <i>Delphi</i>	12
2.1.7 <i>Customer Journey Map</i>	13
2.1.8 <i>Service Dominant Business Model Radar (SDBM/R)</i>	14
2.1.9 <i>Service Blueprint</i>	15
2.1.10 <i>System Usability Scale (SUS)</i>	16
2.2 Kajian Induktif	17

BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Obyek Penelitian	27
3.2 Subjek Penelitian.....	27
3.3 Sumber Data.....	27
3.4 Pengumpulan Data	27
3.5 Alur Penelitian	29
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	36
4.1 Pengumpulan Data	36
4.1.1 Deskripsi Perusahaan	36
4.1.2 Struktur Organisasi	37
4.1.3 Data Kuesioner.....	38
4.2 Pengolahan Data	43
4.2.1 <i>Empathize</i>	43
4.2.2 <i>Define</i>	55
BAB V PEMBAHASAN.....	57
5.1. <i>Ideate</i>	57
5.2. <i>Prototype</i>	60
5.3. <i>Test</i>	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	67
6.1 Kesimpulan	67
6.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data UMKM menurut Sektor Usaha Kabupaten Demak Tahun 2021	1
Tabel 1. 2 Pesaing bisnis toko bangunan Kawan Baru	2
Tabel 2. 1 Skor SUS	17
Tabel 2. 2 Review Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner Empathy Map	32
Tabel 3. 2 Pertanyaan Kuesioner SUS	34
Tabel 4. 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner <i>Empathy Map</i>	41
Tabel 4. 2 Data Jawaban Responden <i>Empathy Map</i>	43
Tabel 4. 3 Data Responden Kuesioner <i>Delphi</i>	50
Tabel 4. 4 Jawaban <i>See</i>	51
Tabel 4. 5 Jawaban <i>Hear</i>	51
Tabel 4. 6 Jawaban <i>Think and Feel</i>	51
Tabel 4. 7 Jawaban <i>Say and Do</i>	52
Tabel 4. 8 Jawaban <i>Pain</i>	52
Tabel 4. 9 Jawaban <i>Gain</i>	52
Tabel 4. 10 <i>Point Of View</i>	56
Tabel 5. 1 Data Diri Responden <i>Test</i>	64
Tabel 5. 2 Hasil tanggapan calon pengguna	64
Tabel 5. 3 Nilai rata-rata pertanyaan SUS	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Design Thinking Model</i> Stanford d.school.....	9
Gambar 2. 2 Dimensi <i>Design Thinking</i>	10
Gambar 2. 3 <i>Empathy Map</i> (Resmawati & Sisilia, 2021)	11
Gambar 2. 4 Prasyarat penting sebelum memulai proses CJM	13
Gambar 2. 5 Contoh CJM pada <i>online shopping</i>	14
Gambar 2. 6 <i>Service Dominant Business Model Radar</i>	15
Gambar 2. 7 Menghitung skor <i>System Usability Scale</i> (SUS).....	16
Gambar 3. 1 Alur Penelitian	29
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi TB. Kawan Baru	37
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden	39
Gambar 4. 3 Umur Responden	39
Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden	40
Gambar 4. 5 Pendapatan/Gaji Perbulan Responden	40
Gambar 4. 6 Indikator Sedang Membangun/Merenovasi Bangunan.....	40
Gambar 4. 7 <i>Empathy Map</i>	53
Gambar 5. 1 <i>Customer Journey Map</i> Rosyid	57
Gambar 5. 2 <i>Customer Journey Map</i> Alda	58
Gambar 5. 3 SDBM/R TB. Kawan Baru	59
Gambar 5. 4 <i>Prototype Service Blueprint</i>	61

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini perkembangan ekonomi semakin menciptakan persaingan yang ketat terutama bagi perusahaan yang sejenis. Setiap perusahaan diharuskan untuk mempunyai suatu ciri khas tersendiri yang dapat menarik minat konsumen dengan tujuan mempertahankan ataupun menguasai pangsa pasar. Dalam proses perkembangan globalisasi para konsumen atau pelanggan akan cenderung lebih berpikir kritis dalam pengambilan keputusan untuk memilih atau membeli suatu produk tertentu. Perkembangan ini terjadi hampir di semua sektor industri, tak terkecuali dalam sektor industri perdagangan ritel yang terus berkembang tiap tahunnya.

Industri perdagangan ritel di Kabupaten Demak juga telah memberikan kontribusi besar terhadap tingkat perekonomian Indonesia yang berarti potensi pasar dari industri ini termasuk cukup besar. Dari potensi yang menjanjikan ini membuat mayoritas penduduk lokal sebagai pelaku UMKM mengambil kesempatan untuk meranah kedalam industri ritel. Dalam perkembangannya, kemudian para pelaku usaha kecil atau UMKM inilah yang mendominasi industri ritel seperti yang dapat ditunjukkan pada tabel data dibawah ini.

Tabel 1. 1 Data UMKM menurut Sektor Usaha Kabupaten Demak Tahun 2021

Sektor Usaha	Jumlah Usaha Mikro	Jumlah Usaha Kecil	Jumlah Usaha Menengah	Jumlah
Perdagangan, Hotel dan Restoran	12.298	1.284	93	13.675
Industri Pengolahan	1.265	395	82	1.742
Jasa-Jasa Swasta	952	241	0	1.193

Pertanian, Peternakan, Kehutanan & Perikanan	11.541	1.170	60	12.771
Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan	633	388	149	1.170
Demak	26.689	3.478	384	30.551

Sumber : Disperindag, Koperasi dan UMKM Kabupaten Demak

Proses perkembangan demografi, sosial budaya, kemajuan teknologi, globalisasi, infrastruktur, hukum dan peraturan dapat mempengaruhi pertumbuhan pasar ritel nasional saat ini. Pertumbuhan pasar ritel ini dapat terlihat dari banyaknya toko-toko yang berdiri. Dengan dihadapkan meningkatnya pertumbuhan jumlah toko bahan bangunan akan memberi dampak pada tingkat persaingan kompetitor. Sehingga menuntut para pelaku usaha ritel toko bahan bangunan yang telah dijalankan secara tradisional kemudian mulai bertransformasi menjadi usaha ritel yang beranjak inovatif, dinamis, serta kompetitif. Perubahan ini akan mendongkrak para pelaku usaha agar dapat mengelola sumber daya yang ada secara optimal untuk keberlangsungan proses bisnis usaha yang dijalankan (Setiyawati, 2009).

Toko Bangunan “Kawan Baru” merupakan toko bangunan yang terletak di (Desa Ndelok, Kelurahan Kebonagung, Kecamatan Kebonagung, Kabupaten Demak Jawa Tengah) yang menyediakan berbagai bahan bangunan serta properti pengiriman seperti truk untuk mengantarkan pesanan. Toko Bangunan “Kawan Baru” berdiri pada tahun 1996. Toko Bangunan “Kawan Baru” saat ini berdiri di antara para pesaing bisnis ritel bangunan yang semakin banyak, sebagaimana dapat dilihat pada tabel 1. 2.

Tabel 1. 2 Pesaing bisnis toko bangunan Kawan Baru

Nama Toko Bangunan	Alamat Toko Bangunan
TB Setia Kawan Mintreng	Jl. Raya Dempet-Mintreng, Desa Mintreng RT/RW 04/02, Kebonagung, Kec. Kebonagung, Kabupaten Demak, Jawa Tengah 59583
TB Anugerah	Jl. Gubug Purwodadi, Delok, Pilang Wetan, Kec. Kebonagung, Kabupaten Demak, Jawa Tengah 59583
TB Gunung Mas	Jl. Gubug Purwodadi, Mijen Tengah, Mijen, Kec. Kebonagung, Kabupaten Demak, Jawa Tengah 58162

TB Raja Murah Totok, Werdoyo, Kec. Kebonagung, Kabupaten Demak,
Jawa Tengah 59583

Sumber: Data Toko Pesaing Bangunan Kawan Baru

Potensi bisnis di bidang bahan bangunan yang semakin besar kemudian menjadikan para pelaku usaha di Kabupaten Demak menjajaki bisnis ritel bahan bangunan. Permasalahan diatas secara tidak langsung membuat Toko Bangunan Kawan Baru diharapkan dapat bisa mencapai keberhasilan dalam menciptakan keunggulan bersaing dalam bisnis toko material bangunan, khususnya inovasi berkaitan dengan operasionalisasi model bisnis yang dijalankan.

Dalam usaha pencapaian keunggulan bersaing, diperlukan berbagai upaya inovasi layanan Toko Bangunan “Kawan Baru” salah satunya yang dapat dilakukan yaitu dengan menerapkan metode *design thinking*. *Design thinking* merupakan suatu metode yang mempertimbangkan kebutuhan pengguna terhadap inovasi yang diambil dari perangkat perancang dan mengintegrasikan dengan kemampuan teknologi yang sesuai serta persyaratan untuk kesuksesan bisnis sehingga mampu menjadi produk bisnis yang baik karena memberikan kelayakan dan solusi efektif bagi suatu permasalahan (Madanih et al., 2019). Salah satu penerapan *design thinking* pada Toko Bangunan “Kawan Baru” adalah melakukan inovasi proses bisnis dengan menerapkan pelayanan tambahan renovasi bangunan dengan berkolaborasi oleh pihak jasa renovasi. Maka dari itu pihak Toko Bangunan “Kawan Baru” berperan sebagai penyedia keperluan material operasional bangunan sementara pihak jasa yang menyediakan pelayanan renovasi pada pelanggan sehingga pelayanan yang disediakan lebih komplit dan pelanggan tidak perlu mencari jasa lain jika ingin melakukan pembangunan maupun renovasi bangunan mereka. Untuk itu, *design thinking* merupakan inti dari pengembangan strategi yang efektif dan perubahan organisasi (Lazuardi & Sukoco, 2019).

Dalam mendukung tahapan *design thinking* digunakan metode *Delphi* dan metode *system usability scale* (SUS). Metode *Delphi* merupakan alat validasi bagi peneliti terhadap hasil analisis yang telah dilakukan, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat responden, dalam hal ini merupakan orang-orang yang mengetahui isu dan permasalahan serta kondisi sebenarnya dilapangan. Sebagian besar kebijakan *Delphi* berkaitan dengan pernyataan, argumen, dan diskusi. Setelah penyebaran kuesioner dilakukan, peneliti menentukan prioritas pertanyaan dengan menganalisis hasil

kuesioner yang ada berdasarkan rating pertanyaan yang paling penting (Zatar et al., 2016). Sedangkan metode *System Usability Scale* (SUS) digunakan dalam tahap *test* untuk melakukan evaluasi untuk mengukur kelayakan dan kualitas dari sistem dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna akhir (*end user*) atau *expert* Toko Bangunan “Kawan Baru”. Penyebaran SUS dikatakan mampu memberikan penilaian subjektif pengguna terhadap kelayakan Layanan inovasi baru (Ningsih & Muzakir, 2021).

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut diatas, menunjukkan bahwa Toko Bangunan “Kawan Baru” ini memerlukan suatu layanan inovasi bisnis baru dengan pendekatan *design thinking* untuk mengembangkan suatu model dan proses bisnis layanan baru. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada Pengembangan Layanan Inovasi Terbaru Untuk Memberikan Keunggulan Bersaing Dengan Menggunakan Metode *Design Thinking* Studi Kasus pada (TB. Kawan Baru, Demak).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *Design Thinking* dalam membangun model bisnis dan operasionalisasi layanan inovasi baru pada toko bangunan Kawan Baru?
2. Bagaimana hasil rancangan model bisnis layanan inovasi baru pada toko bangunan Kawan Baru agar dapat menciptakan keunggulan bersaing?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui penerapan *Design Thinking* dalam membangun model bisnis dan operasionalisasi inovasi layanan baru pada toko bangunan Kawan Baru.
2. Dapat mengetahui hasil rancangan layanan baru pada toko bangunan Kawan Baru agar dapat memahami *value* dan dapat menciptakan keunggulan bersaing.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapatkan dalam melaksanakan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadikan pengalaman serta menambah wawasan dalam melaksanakan setiap perolehan dan pemecahan masalah yang ada di masyarakat. Penelitian ini digunakan sebagai implementasi dari penerapan teori-teori yang sebelumnya sudah didapatkan selama kegiatan perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan dan Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat membantu sebagai masukan dan pertimbangan bagi pimpinan dalam menyempurnakan kebijaksanaan manajemen terutama dalam bidang pengembangan model bisnis baru. Masukan-masukan tersebut merupakan usulan pengembangan inovasi pelayanan. Dengan adanya pengembangan inovasi pelayanan, maka dapat membuat model operasionalisasi bisnis yang tujuannya adalah diharapkan menciptakan strategi bisnis dan mitra usaha baru terhadap pemilik perusahaan.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk membuat pembahasan tidak menyimpang dari topik penelitian, maka terdapat batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di TB Kawan Baru.
2. Responden yang diambil meliputi pelanggan pada TB Kawan Baru.
3. Inovasi tidak mencakup analisis kelayakan model bisnis.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini ditulis berdasarkan kaidah penulisan ilmiah dan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi penjelasan teori yang berasal dari literatur berupa buku, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu yang dapat mendukung menyelesaikan masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode pengumpulan data, objek penelitian, lokasi, dan langkah- langkah dalam alur penelitian yang dilakukan selama penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang data apa saja yang digunakan dan bagaimana cara mengolah data yang telah dikumpulkan. Data yang telah diolah kemudian akan dianalisis dan akan ditampilkan.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan dari hasil yang telah diperoleh dari pengolahan data.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil yang telah diperoleh dan saran atau rekomendasi.

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Kajian Deduktif

2.1.1 Jasa

Menurut (Kotler & Keller, 2007)) dalam (Putro, 2014), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kotler dalam (Tjiptono & Chandra, 2013) menjelaskan bahwa ada lima karakteristik jasa, yaitu terdiri dari:

1. *Intangibility*

Intangibility adalah pelayanan tidak konkrit, tidak dapat dilihat, diraba, diraba, didengar, dan dicium sebelum transaksi. Artinya pembeli tidak mengetahui secara pasti hasil suatu jasa sebelum jasa tersebut dikonsumsi.

2. *Inseparability*

Inseparability adalah jasa tidak dapat dipisahkan, artinya dijual kemudian diproduksi dan dikonsumsi dalam waktu yang bersamaan karena tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, konsumen juga turut serta dalam memproduksi jasa.

3. *Variability*

Variability adalah variasi jasa yang selalu berubah sehingga kualitasnya tidak selalu sama, tetapi tergantung siapa yang menyediakan, kapan dan dimana tersedia.

4. *Perishability*

Perishability adalah jasa tidak dapat disimpan dan permintaan berfluktuasi. Daya tahan layanan tergantung pada situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

5. *Lack of Ownership*

Lack of Ownership adalah perbedaan mendasar antara barang dan jasa. Saat membeli barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat dari produk yang dibeli.

2.1.2 Ritel

Menurut (Sunyoto & Admojo, 2015) “Ritel adalah semua kegiatan yang melibatkan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan.” Sedangkan pengecer adalah semua organisasi bisnis yang mendapatkan lebih dari setengah penjualannya dari ritel. Jadi konsumen yang menjadi sasaran ritel adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk konsumsi sendiri.

Ritel merupakan mata rantai saluran distribusi yang memegang peranan penting dalam penyampaian barang dan jasa kepada konsumen akhir. Ritel mencakup semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan non-bisnis.

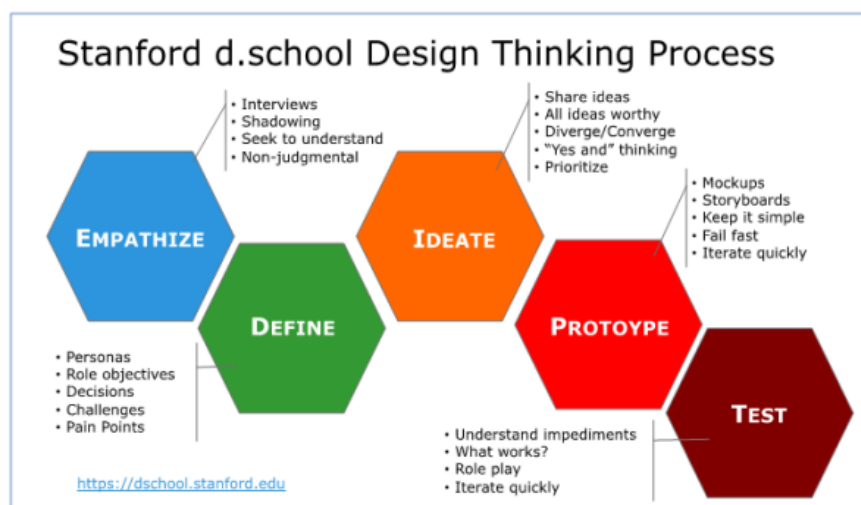
Dalam penelitian ini, peneliti mendefinisikan ritel bahan bangunan. Toko bangunan sebagai tempat yang digunakan dalam disiplin bisnis penjualan kebutuhan konstruksi dan perlengkapan rumah. Bangunan toko dikelola oleh kepala toko dan di bagian kasir dikelola oleh admin. Toko bangunan memiliki setidaknya empat karyawan termasuk admin dan tiga termasuk pekerja konstruksi yang memahami semua jenis peralatan dan perlengkapan konstruksi.

2.1.3 *Design Thinking*

Design Thinking diidentifikasi sebagai praktik yang berpengaruh untuk merancang layanan inovatif dan merupakan integrasi antara kebutuhan pengguna, teknologi, dan kemampuan bisnis. *Design Thinking* dipahami sebagai proses eksplorasi dengan tujuan menciptakan hubungan nilai baru antara berbagai pengguna (Barrett et al., 2015). Karena inovasi layanan yang sistematis menjadi penting bagi para pelaku untuk membedakan penawaran mereka dari pesaing, metode dan alat baru, seperti *Design*

Thinking, diperlukan untuk merancang atau merekayasa penawaran layanan inovatif secara sistematis (Maglio, 2015)

Penelitian ini mengacu pada pendekatan *Design Thinking* yang populer dan banyak digunakan dari Universitas Stanford, yang disebut program d.school model. Model proses Stanford d.school model terdiri dari lima langkah berurutan. Misi dalam langkah pertama adalah untuk memahami dan mengeksplorasi masalah yang dialami oleh pengguna (1-empathize), langkah kedua yaitu (2-define) untuk mendefinisikan tantangan yang telah di emphasize dengan menganalisis pengguna dan pelanggan serta lingkungan bisnis. Ini diikuti oleh tiga langkah pemecahan masalah di mana ide-ide dihasilkan (3-Ideation), prototipe dibangun (4-Prototyping) kemudian inovasi diuji pada ketiga aspek integrasi (5-Test) (Hehn et al., 2018). Tim *Design Thinking* akan mengulangi proses ini beberapa kali hingga akhirnya dapat menghasilkan prototipe akhir (D.school, 2013). Berikut dibawah ini merupakan gambaran model proses Stanford d.school.

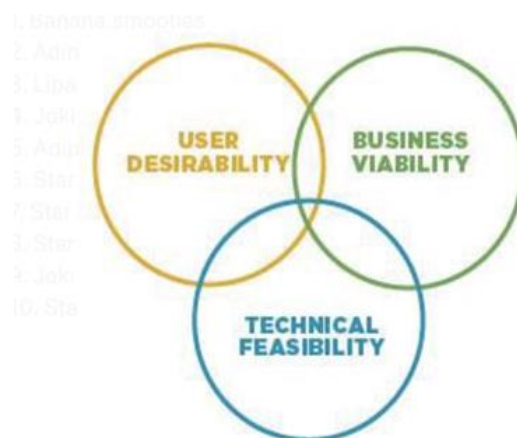


Gambar 2. 1 *Design Thinking Model* Stanford d.school

Sumber: (Doorley et al., 2018)

Menurut (Brenner & Uebernickel, 2016), *Design Thinking* umumnya diimplementasikan dan dilihat dalam tiga cara berbeda. Pertama-tama, *Design Thinking* kebanyakan diartikan sebagai pola pikir manusia dalam praktiknya. Mengadopsi prinsip-prinsip inti *Design Thinking* sebagai pola pikir, yang akan mengarah pada perilaku dalam organisasi yang digambarkan sebagai *Design Thinking* (Kelley, 2012)

dalam (Hehn et al., 2018). Kedua, *Design Thinking* dapat dianggap sebagai rangkaian langkah proses yang mengubahnya menjadi proses inovasi layanan. Vetterli dkk. (2016) dalam (Hehn et al., 2018) menggambarkan proses ini dengan jelas dan mencirikan kesulitan yang muncul ketika diterapkan di organisasi besar. Ketiga, *Design Thinking* dapat dilihat sebagai kumpulan metode. Dari perspektif ini, *Design Thinking* terdiri dari berbagai metode yang perlu dikombinasikan satu sama lain secara sewenang-wenang untuk mencapai hasil yang kreatif.



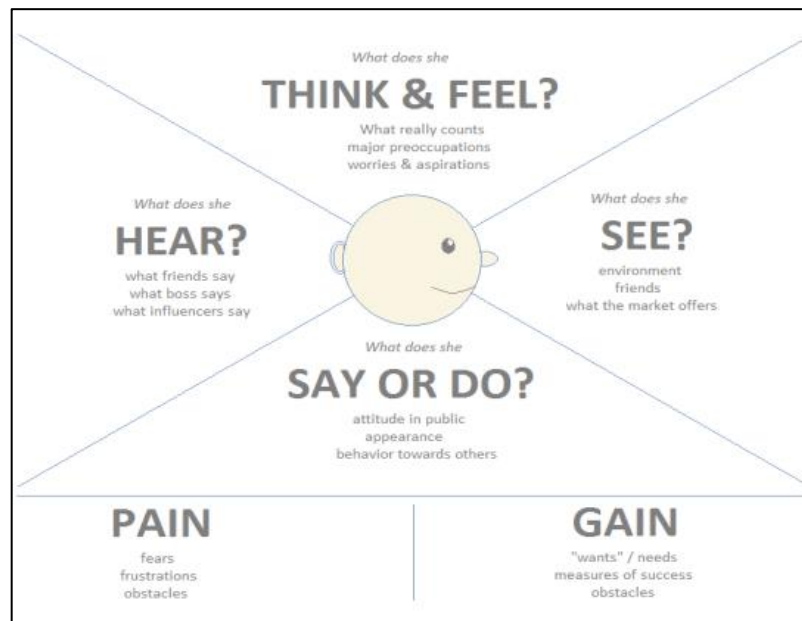
Gambar 2. 2 Dimensi *Design Thinking*

2.1.4 Inovasi melalui *Design Thinking*

Kerangka berpikir desain terdiri dari wawancara, survei yang pada akhirnya, mendefinisikan masalah penelitian yang diselesaikan melalui inovasi sebagai tujuan utama dalam menghasilkan prototipe akhir. Inovasi melalui *design thinking* adalah pendekatan yang berpusat pada pelanggan. Pada saat yang sama, praktik inovatif menghasilkan risiko minimal. Karena pemikiran desain adalah proses berulang, fase pengujian adalah tentang pembuatan prototipe dan memeriksa apakah itu sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang mengarah ke solusi yang layak karena proses pembaruan inti dalam organisasi pada akhirnya menciptakan produk dan layanan baru di berbagai bidang. Agar tetap kompetitif, organisasi telah mempraktekkan pendekatan pemikiran desain untuk mengatasi masalah sulit (Uebernickel et al., 2015).

2.1.5 Empathy Map

Empathy Map adalah alat untuk membantu mensintesis pengamatan dan menarik wawasan yang tidak terduga (Aebi et al., 2014). Sama seperti persona pengguna, *empathy map* dapat mewakili sintesis informasi tentang klien melalui visualisasi dari apa yang dia lihat, dengar, lakukan, pikirkan, dan rasakan.



Gambar 2. 3 *Empathy Map* (Resmawati & Sisilia, 2021)

Berdasarkan gambar diatas *Empathy Map* digunakan untuk memunculkan segmen pengguna yang mungkin ingin disampaikan dalam model bisnis yang dirancang. Mulai dengan data harus diatur ke dalam diagram yang dipecah dalam enam area, dan pusat menyediakan karakterisasi pengguna (nama, karakteristik pribadi, dan yang lainnya). Setiap area diisi dengan informasi tentang:

1. See : Deskripsi tentang apa yang dilihat pengguna selama pengalaman tersebut.
2. Hear : Deskripsi tentang bagaimana lingkungan mempengaruhi pengguna.
3. Think & Feel : Latihan untuk apa yang dipikirkan dan dirasakan oleh cara kerja pikiran pengguna.

4. Say & Do : Latihan yang diarahkan pada bagaimana pengguna berperilaku di depan umum dan apa yang dia pikirkan.
5. Pain : Gambaran tentang kendala yang dihadapi pengguna selama pengalaman tersebut.
6. Gain : Deskripsi atribut positif dan menjanjikan dari pengguna.

Tujuan dari penggunaan *empathy map* adalah untuk memahami pikiran pelanggan serta mengetahui kebutuhan, keinginan, dan ketakutan untuk mencapai pelanggan dengan cara yang pasti. Tujuannya adalah untuk menangkap wawasan dari klien, perspektif mereka perlu diadopsi untuk menemukan ide-ide baru (Osterwalder & Pigneur, 2014). Dengan penerapan metode *empathy map*, dapat diperoleh informasi yang berkontribusi pada desain produk atau layanan, seperti:

1. Memahami pengguna: dengan penerapan *empathy map*, dimungkinkan untuk memahami pengguna, memahami dunia melalui mata dan perspektif mereka. Dengan cara ini, data diperoleh melalui wawancara dan pengamatan yang dilakukan dengan pengguna (Bratsberg, 2012)
2. Kebutuhan pengguna: melalui interpretasi hasil, diperoleh kebutuhan pengguna yang mengungkapkan peluang dengan tujuan untuk menjalin hubungan dan lebih mengenal apa yang diinginkan dari produk atau layanan (Bratsberg, 2012)
3. Identifikasi konsep baru: analisis hasil metode memungkinkan desainer untuk mengubah pengamatan menjadi representasi grafis dan visual, dan ini menjadi konsep yang memenuhi kebutuhan pengguna (Lee et al., 2009).

2.1.6 Delphi

Metode *Delphi* merupakan metode pengumpulan pendapat dari sekelompok ahli melalui serangkaian kuesioner, dalam metode ini tidak ditentukan berapa jumlah ahli yang dilibatkan didalamnya dan para ahli tersebut tidak saling mengetahui siapa saja yang terlibat didalamnya sampai nantinya akan dipertemukan pada tahap akhir dari pelaksanaan metode *Delphi* (Gordon, 1994; Linstone dan Turoff, 2002; Smits dan

Hillegersberg, 2013) dalam (Kurniawan et al., 2017). Dalam metode *Delphi* menggunakan mekanisme feedback melalui putaran atau *round* pertanyaan yang diadakan sambil menjaga anonimitas tanggapan responden atau para ahli. Ada 4 tahapan dalam metode *Delphi* kali ini yaitu (1) Tahapan yang pertama, penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan pendapat secukupnya mungkin dari para ahli. (2) Tahapan kedua, pengajuan kuesioner kedua untuk mengetahui pandangan dari para ahli terhadap permasalahan yang sedang dibahas apakah ada perbedaan pendapat atau tidak. (3) Tahapan ketiga, jika terdapat perbedaan pendapat maka dijadikan dasar untuk melakukan pembahasan lagi dan mengajukan kuesioner tahap tiga. (4) Tahapan keempat, pada tahapan kali ini seluruh hasil dan jawaban yang didapat dari tahap sebelumnya dipresentasikan kembali kepada para ahli untuk mendapatkan *final result* dari topik permasalahan yang sedang dibahas.

2.1.7 Customer Journey Map

Proses *customer journey map* (CJM) telah berkembang (Ot et al., 2010) menyediakan dua alat yang saling melengkapi untuk memahami dan merancang layanan baru bagi individu. *Customer journey map* telah digunakan di lingkungan B2C dan contoh ditunjukkan pada Gambar 2.4 Prasyarat penting sebelum memulai proses *customer journey map* adalah memahami transaksi yang sedang diselidiki.



Gambar 2. 4 Prasyarat penting sebelum memulai proses CJM

(Kalbach, 2015) menggambarkan penggunaan kartu persona dan empati dalam *customer journey map* untuk memberikan lebih banyak wawasan tentang pemberian

layanan, khususnya apa yang penting dan tidak penting bagi pelanggan. Cara praktis untuk membuat *customer journey map*, integrasi ide-ide ini membantu meningkatkan kualitas hubungan dengan pelanggan, yang diperlukan untuk pendekatan *design thinking* dalam meningkatkan pengalaman (Dalton & Kahute, 2016). Pendekatan visual terhadap *customer journey map* membantu memberikan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman pelanggan dan dapat bertindak sebagai dasar inovasi yang dapat meningkatkan pengalaman tersebut (Lemon & Verhoef, 2016) Contoh *customer journey map* disajikan pada gambar 2.5 sebagai berikut:

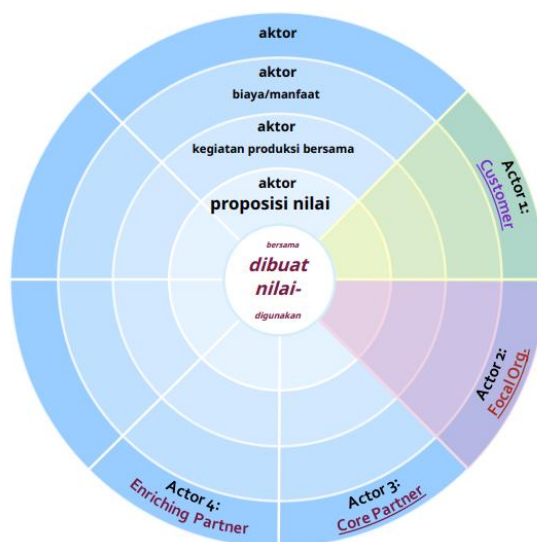


Gambar 2. 5 Contoh CJM pada *online shopping*

2.1.8 *Service Dominant Business Model Radar (SDBM/R)*

SDBM/R memiliki desain jaringan-sentris pada inti jaringan, yang memungkinkan desain layanan dalam jaringan bisnis multi pihak. Ini mendefinisikan bagaimana para aktor atau pelaku bisnis berpartisipasi dalam ekosistem bisnis untuk menciptakan nilai bersama. Desain model bisnis menggunakan SDBM/R harus dilakukan sebagai proses yang berulang dan memerlukan langkah-langkah yang berurutan sebagai berikut (Turetken & Grefen, 2017) (1) Mengidentifikasi dan menyepakati nilai pakai yang diciptakan bersama (*co-created value-in-use*). (2) Menentukan komponen *Value-in-use* (*actor value propositions*) dan aktor yang terkait (*roles*). (3) Segala aktivitas yang dilakukan aktor untuk mewujudkan *co-created value-in-use*. (4) Mengidentifikasi biaya

dan manfaat atau keuntungan dan kerugian untuk setiap aktor. Dan (5) Mendefinisikan aktor yang terlibat dalam penciptaan nilai model bisnis



Gambar 2. 6 *Service Dominant Business Model Radar*
(Turetken & Grefen, 2017)

2.1.9 *Service Blueprint*

Service Blueprint muncul di tahun 1984 ketika Shostack menerbitkan artikel ilmiah pertama tentang topik tersebut, menggambarkan cetak biru layanan sebagai alat untuk mendukung desain dan inovasi layanan.

Service blueprint adalah metode untuk memahami bagaimana layanan baru atau yang sudah ada terintegrasi ke dalam kompleksitas ekosistem layanan perpustakaan yang saling berhubungan. *Service blueprint* menyediakan aliran visual dari operasi layanan. Fungsi *Service blueprint* adalah untuk menilai operasi dan penyampaian layanan, dan untuk menghasilkan ide-ide baru untuk meningkatkan layanan. Ruang lingkup *Service blueprint* mencakup tiga area layanan utama yaitu:

1. Interaksi yang dihadapi pengguna.
2. Tindakan staf di belakang layar.
3. Sistem teknologi yang mendukung layanan.

Teknik *Service blueprint* dikembangkan melalui tradisi desain layanan (Shostack, 1984) dan (Marquez & Downey, 2015). Dalam praktiknya, *Service blueprint* biasanya berbentuk skema templat. Dalam representasi *blueprint*, bagian komponen yang berbeda dari operasi layanan ditampilkan secara vertikal, dan kemajuan maju melalui waktu ditampilkan secara horizontal.

2.1.10 *System Usability Scale (SUS)*

System Usability Scale (SUS) adalah suatu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat usability dari suatu produk secara praktis dan efisien (Brooke, 1996) dalam (Setiawan, 2021). Adapun untuk mengukur metode SUS yang terdapat 10 pertanyaan yang wajib untuk dijawab responden setelah mereka menggunakan produk yang diujikan.

Metode SUS memanfaatkan skala *likert* untuk mengindikasikan jawaban responden berdasarkan pengalaman mereka, dengan diberikan pilihan dimulai dari skala 1 untuk sangat tidak setuju sampai dengan skala 5 untuk sangat setuju (Rasmila, 2018) dalam (Sanjaya et al., 2021). Untuk mendapatkan skor metode *System Usability Scale (SUS)* selanjutnya dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

\bar{x}	=	skor rata-rata
$\sum x$	=	jumlah skor SUS
n	=	jumlah responden

Gambar 2. 7 Menghitung skor *System Usability Scale (SUS)*

Pada table 2.1, merupakan kriteria skor metode SUS hasil dari pengolahan komponen pertanyaan dari responden dapat dihitung untuk nilai rata-rata dari skor SUS berikut:

Tabel 2. 1 Skor SUS

SUS	Tingkatan	Kriteria
>81	A	Sangat Bagus
68-81	B	Bagus
68	C	Cukup
51-67	D	Kurang
<51	E	Sangat Kurang

Metode *System Usability Scale* (SUS) karena dalam pengolahan kuesioner SUS melakukan pengukuran *usability* yang “*quick and right*” (cepat dan benar), dimana output yang dihasilkan oleh SUS adalah skor yang terlihat mudah dipahami, dengan berkisar antara skor 0 sampai 100. Semakin besar skor SUS maka semakin baik kualitas *usability* (Sembodo et al., 2021).

2.2 Kajian Induktif

Bagian ini menjelaskan tentang penelitian sebelumnya tentang Toko Bangunan, Inovasi Model Bisnis, *Design Thinking*, *Empathy Map*, *Customer Journey Map*, *Service Blueprint* dan *System Usability Scale* (SUS). Adapun penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dapat dilihat pada Tabel 2.2:

Tabel 2. 2 Review Penelitian Terdahulu

No	Judul, Penulis, Tahun	Permasalahan	Metode	Hasil	Kesimpulan
1.	Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Bangunan Menggunakan Metode <i>Service Quality</i> , <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Indeks</i> (CSI) (Arifin, 2020)	menganalisa sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh toko bangunan TB baja dengan metode <i>Service Quality</i> , <i>Importance Performance Analysis</i> dan <i>Customer Satisfaction Indeks</i> .	Metode <i>Service Quality</i> , <i>Importance Performance Analysis</i> and <i>Customer Satisfaction Indeks</i> .	Hasil perhitungan yang dilakukan dalam metode <i>service quality</i> melalui dimensi: <i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy</i> pada toko didapatkan bahwa pelanggan masih belum merasa puas.	Analisa kualitas pelayanan dengan menggunakan metode <i>Service Quality, Important Performance Analysis</i> dan <i>Customer Satisfaction Index</i> sangatlah bisa digunakan untuk menganalisis kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh toko bnagunan TB Baja Mulya.
2.	Implementasi <i>Design Thinking</i> Membangun Model Bisnis	Produk yang dipasarkan sering dikembalikan (retur) karena tidak laku, biaya operasi yang	Deskriptif kualitatif, Penelitian menggunakan	Dari hasil analisis <i>Design Thinking</i> informan pengguna ini menginginkan produk kertas yang tebal, motif dan gambar	Pengimplementasian <i>Design Thinking</i> dapat membangun Inovasi Model Bisnis dengan

<p>Perusahaan Percetakan (Aland Saputra, 2016)</p> <p>meningkat (bahan bakar minyak dan bahan baku) membuat harga tidak stabil, ketidakpastian supplier, pelanggan yang kurang setia, dan yang paling penting adalah permasalahan di dalam mengikuti permintaan pasar yang berubah-ubah. Secara analisis, retur produk yang dijual oleh subjek penelitian berupa kotak makanan, buku, notes, poster, kalender, dan mainan</p>	<p><i>Design Thinking</i> sebagai proses merancang Model Bisnis yang baik</p>	<p>yang beragam dan update, gambar kotak dapat digambar kartun untuk menarik minat anak, warna cerah, lipatan kotak yang tepat dan berbagai ukuran. <i>Design Thinking</i> dapat membangun Inovasi Model Bisnis dengan menambahkan nilai pada elemen proposisi nilai, yaitu: kustomisasi kebaruan, kinerja, pemecahan masalah, penyelesaian pekerjaan, dan desain.</p>	<p>memberikan tambahan nilai pada elemen <i>value propositions</i> yaitu: <i>newness, customization, performance, getting the job done</i> dan <i>design</i>. Pada elemen <i>customer relationship</i>, perusahaan dapat menambahkan <i>co-creation</i>. Sedangkan pada elemen <i>key activities</i>, perusahaan dapat menambahkan aktivitas <i>problem solving</i>.</p>
---	---	--	--

anak-anak yaitu kartu, catur, buku mewarnai, dan buku gambar terus mengalami peningkatan.

-
3. Implementasi Pendekatan *Design Thinking* Pada Startup Ayosparring (Halim, 2020)
- Melihat *startup* di bidang olahraga luar negeri yang semakin banyak seperti layanan pelatih pribadi untuk mencapai tujuan olahraga, *device* untuk merekam segala kegiatan fisik, layanan penyewa lapangan olahraga dan masih banyak lagi. Sudah ada beberapa bisnis *startup* Pendekatan yang digunakan adalah *design thinking* Hasil yang diambil berupa sasaran pasar, kategori fitur untuk AyoSparring, *platform website*, sistem ulasan dan laporkan, dan *prototype* dari AyoSparring. Dari konsep yang telah ditentukan untuk *startup* AyoSparring didapatkan pemilihan kategori fitur yaitu pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan futsal, pemilihan *platform website* untuk *startup* AyoSparring, dan pemberian sistem ulasan kepada pemilik tim futsal untuk bisa memberi ulasan kepada penyedia lapangan
-

di Indonesia yang mengangkat layanan serupa tapi di bagian layanan pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan masih bisa dihitung oleh jari. Oleh karena itu, perintisan bisnis ini akan menjabarkan tentang ide bisnis *startup* yang mengangkat layanan untuk pencarian lawan sparing dan pemesanan lapangan futsal yang bernama AyoSparring.

dan tim lain. Dari ide dan proses bisnis yang telah didapatkan, dilakukan pengujian kepada pihak internal dan eksternal yang dimana pihak internal yaitu dari anggota tim selaku peneliti dan *founder* dan pihak eksternal yaitu calon pengguna yang menjadi target pasar dari *startup* AyoSparring.

-
4. Pemodelan proses bisnis *coffee shop* dan Pemodelan suatu bisnis dan merencanakan *Business Model Canvas* Kepuasan pelanggan tidak hanya terbatas pada produk *Business model canvas* dan *empathy map* dapat
-

<p>menggunakan <i>business model canvas</i> dan <i>empathy map</i>, (Setyo Prayoga, 2022)</p>	<p>suatu bisnis industri kopi dibangun bisa berjalan dan meminimalisir bangkrut.</p>	<p>agar <i>Empathy Map</i></p>	<p>saja, tetapi jasa dan layanan yang ditawarkan juga. Empathy map memiliki empat buah komponen yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen seperti <i>says, does, thinks, dan feels</i>. Kemudian dari hasil wawancara dipetakan dalam bentuk gambaran <i>Empathy Map</i> agar menunjukkan apa yang membuat konsumen merasa puas dan senang Ketika berada di coffee shop XYZ.</p>	<p>digunakan untuk memudahkan pelaku bisnis bersaing dengan baik dan empathy map bisa digunakan untuk mengembangkan Kembali usaha dengan strategi apa yang menjadi tren bagi konsumen sehingga bisa terus eksis dan bertahan.</p>
<p>5. The customer Journey in a product-service system business model, (Azzine Shiratori et al.,</p>	<p>Menganalisis bagaimana <i>customer journey map</i> mendukung PSS dan</p>	<p><i>Monographic method, Literature review</i>, dan studi kasus perusahaan</p>	<p>Analisis dari <i>customer journey map</i> dapat mengidentifikasi titik kontak untuk meningkatkan dan</p>	<p><i>Customer journey map</i> secara eksplisit menampilkan interaksi berkelanjutan antara</p>

2021)	berkontribusi antara PSSs dan <i>customer journey</i> literature dengan studi praktik.	mengurangi fokus perusahaan yang setelahnya bisa diambil rekomendasi yang paling relevan untuk perusahaan mengenai pengetahuan PSS.	perusahaan dan pelanggan dan <i>customer journey map</i> dapat membantu mengidentifikasi titik kesulitan pelanggan.
6. Development Of a Service Blueprint For The Online-To-Offline Integration In Service (Ryu et al., 2020)	Memvisualisasikan dan menganalisis proses yang terintegrasi antara online dan offline yang penting untuk memaksimalkan pemanfaatan O2O di-tegration dalam layanan.	Studi pustaka sebagai metode kualitatif dan teks mining sebagai metode kuantitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa O2O SB benar-benar membahas keterbatasan dari layanan <i>blueprint</i> yang sudah ada. Kedua, O2O SB adalah dievaluasi melalui wawancara dengan para pakar yang mempertimbangkan tiga jenis layanan dan aspek: <i>com-pletteness, utilitas, dan fleksibilitas</i> . Akhirnya, implikasi manajerial yang menunjukkan keuntungan dari O2O integrasi untuk pengguna yang dibahas. Blueprint dapat digunakan untuk menyelidiki lebih lanjut layanan tindakan atau fungsi. Yang mana O2O SB dapat memvisualisasikan dan menganalisis berbagai jenis layanan dan mengatasi keterbatasan dari layanan yang sudah ada blueprintnya. Yang O2O SB akan menjadi alat yang berguna untuk dengan jelas dan akurat

Implikasi yang dapat menjadi blueprint kunci unsur-panduan dalam unsur dan interaksi mereka memanfaatkan O2O SB dalam satu layanan efektif alat untuk merancang pengiriman. Yang O2O SB atau memperbaiki proses memberikan keuntungan pelayanan dari O2O integration untuk menunjukkan gambaran yang lengkap dari seluruh proses pelayanan di online dan offline. Empat-garis fase O2O SB terdiri dari Dukungan *Online* Sistem Saluran untuk Interaksi *Online*, *Channel Offline* Interaksi, dan *Offline Support System*.

-
7. Penerapan Metode membangun perangkat observasi, hasil penerapan menggunakan Dari hasil penelitian sudah *System Usability Scale* lunak daftar hadir di *interview*, studi metode *System Usability* di bangun sebuah (Sus) Perangkat Lunak sekolah pondok literatur, analisis *Scale* (SUS), didapatkan hasil perangkat lunak yang
-

Daftar Hadir Di pesantren miftahul kebutuhan serta responden untuk guru (ustad berbasis web sehingga Pondok Pesantren Jannah untuk guru, membangun dan dan ustazah) dimana nilai untuk mempermudah Miftahul Jannah siswa dan siswi (santri implementasi rata-rata hasil konversi dalam absensi di pondok Berbasis *Website* dan santriwati) dengan perangkat lunak didapatkan dengan hasilnya pesantren miftahul Jannah, (Sanjaya et al., 2021) penerapan metode daftar hadir adalah 79,54, sedangkan kemudian perangkat lunak *System Usability Scale* menggunakan untuk responden siswa (Santri sudah di uji dengan (SUS), penerapan metode atau Santriwati) menunjukkan pengujian menggunakan *System Usability Scale* (SUS) rata-rata hasil konversi nilai penerapan metode SUS dapat disimpulkan bahwa metode SUS hasilnya adalah perangkat lunak layak dan 79,33 dimana hasil konversi diterapkan di pondok penelitian ini sudah diterima pesantren miftahul Jannah sesuai dengan kriteria desa peninjauan kecamatan penerapan metode *system peninjauan Kab. Oku usability scale* (SUS). Provinsi Sumatera Selatan.

Tabel diatas merupakan rangkuman dari penelitian terbaru yang pernah dilakukan sebelumnya. Yang berisikan tentang penelitian jasa, Toko bangunan, *design thinking*, model bisnis, *empathy map*, *customer journey map*, *service blueprint* dan *System Usability Scale* (SUS). Berdasarkan kajian literatur yang telah dirangkum, masih belum ditemukan penelitian yang membahas secara dalam tentang pengembangan layanan inovasi terbaru untuk memberikan keunggulan bersaing dengan menggunakan metode *Design Thinking*. Hal ini menunjukkan masih adanya *gap* penelitian pemodelan bisnis toko bangunan menggunakan *Design Thinking*. Karena itu saya berusaha untuk melakukan penelitian tentang pengembangan layanan inovasi terbaru untuk memberikan keunggulan bersaing dengan menggunakan metode *Design Thinking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di TB. Kawan Baru Demak. Sedangkan objek penelitian ini adalah pengembangan layanan inovasi terbaru untuk memberikan keunggulan bersaing di TB. Kawan Baru Demak.

3.2 Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah responden atau masyarakat umum dan pelanggan TB. Kawan Baru Demak.

3.3 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung. Pada penelitian ini data primer yang digunakan adalah hasil dari kuesioner mengenai layanan inovasi baru TB. Kawan Baru Demak dan wawancara dengan perwakilan toko bangunan TB. Kawan Baru Demak.

3.4 Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat beberapa metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, berikut merupakan metode pengumpulan data yang digunakan:

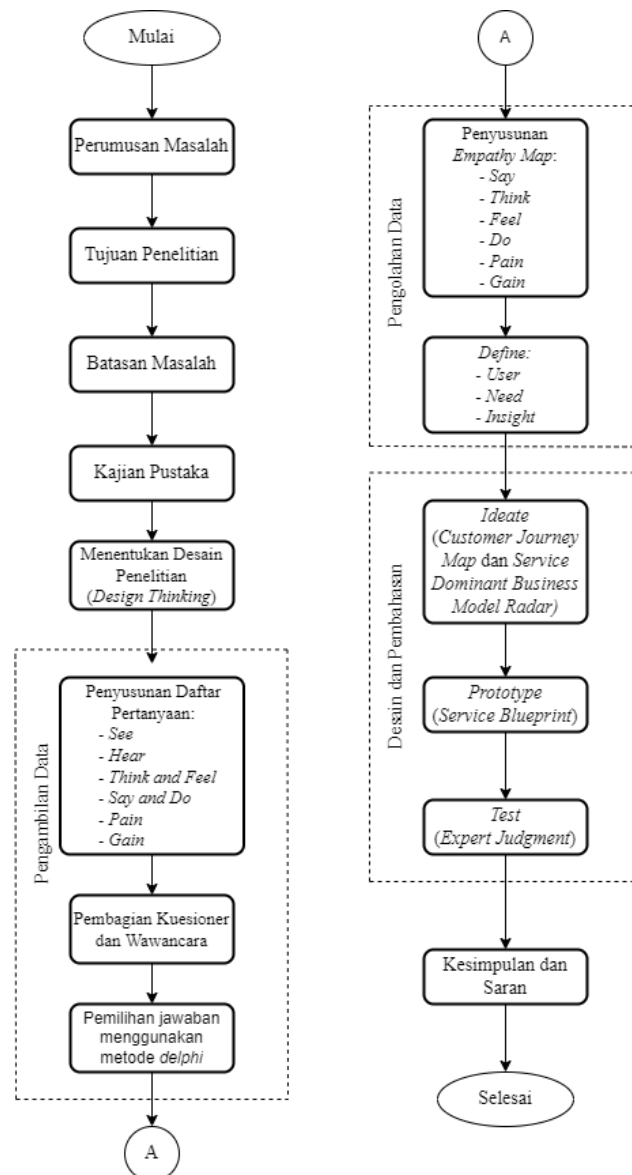
1. Wawancara

Menurut (Moleong, 2009), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Pada penelitian ini dilakukan wawancara dengan pemilik toko bangunan TB. Kawan Baru Demak untuk mendapatkan informasi lebih lanjut atas apa permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Serta pengumpulan data dengan melakukan wawancara terhadap perwakilan responden untuk tujuan menghasilkan *customer journey map*.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah bagian dari tahap pertama dari metode *Design Thinking* yaitu *Empathize*. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data primer dengan metode survei untuk memperoleh opini atau pendapat responden. Hasil yang didapatkan dari pertanyaan kuesioner yang telah disebar kemudian dilanjutkan untuk pengolahan data. Perancangan kuesioner dimulai dengan pemetaan pertanyaan yang berkaitan dengan mengidentifikasi kebutuhan (*need-to-do*), hal yang menyenangkan dan diharapkan oleh pelanggan (*gain*), serta hal yang mengganggu atau tidak diharapkan (*pain*). Setelah kuesioner *empathize* sudah terisi lalu data diolah, kemudian kuesioner kedua adalah kuesioner untuk *test*. Kuesioner *test* disusun berdasarkan metode SUS yang kemudian di isi oleh *expert*. Kuesioner tersebut bertujuan untuk menguji apakah layanan yang dirancang sudah sesuai dengan kebutuhan. Responden untuk penelitian ini adalah pelanggan toko bangunan TB. Kawan Baru serta *expert* perwakilan dari TB. Kawan Baru.

3.5 Alur Penelitian



Gambar 3. 1 Alur Penelitian

Berikut merupakan penjelasan dari *flowchart* alur penelitian:

1. Perumusan Masalah

Tahap awal yang dilakukan pada penelitian ini adalah perumusan masalah. Peneliti melakukan observasi dengan cara melakukan wawancara via aplikasi *zoom meeting* dengan dosen pembimbing dan pemilik toko bangunan TB. Kawan Baru. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apa saja permasalahan yang ada di TB. Kawan Baru dan apa yang bisa untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

2. Tujuan Penelitian

Setelah menentukan rumusan masalah kemudian dilanjutkan dengan menentukan tujuan penelitian. Terdapat dua poin tujuan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ditentukan untuk melakukan penelitian yang tepat sasaran.

3. Batasan Masalah

Batasan masalah ditentukan supaya penelitian ini mempunyai batas tujuan yang jelas agar tidak menyimpang dalam melakukan penelitian.

4. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka bertujuan mengumpulkan landasan teori yang digunakan, biasanya bersumber dari buku, jurnal, paper, dll. Kajian Pustaka juga digunakan untuk mengetahui topik pemikiran penelitian yang terdahulu yang telah diangkat, yang bisa dijadikan referensi oleh peneliti untuk melakukan penelitian.

5. Menentukan Desain Penelitian (*Design Thinking*)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode design thinking. Dalam design thinking terdapat 5 tahapan yaitu *empathize* (empati), *define* (penetapan), *ideate* (ide), *Prototype* (prototipe), dan *test* (uji coba)

6. Penyusunan Daftar Pertanyaan

Pada penyusunan daftar pertanyaan dikelompokkan dalam beberapa kolom yaitu *see* (apa yang dilihat), *hear* (apa yang didengar), *think and feel* (apa yang dipikirkan dan dirasakan), *say and do* (apa yang dikatakan dan dilakukan), *pain and gain* (apa yang dikorbankan dan didapatkan).

7. Pembagian Kuesioner dan Wawancara

Pada tahap ini kuesioner dibagikan kepada responden dan wawancara dilakukan dengan pemilik toko bangunan TB. Kawan Baru.

8. Pemilihan Jawaban Menggunakan Metode *Delphi*

Setelah jawaban kuesioner terkumpul kemudian diolah menggunakan metode *Delphi*. Tujuan menggunakan metode *Delphi* ialah untuk mengetahui jawaban yang menjadi prioritas untuk dimasukkan kedalam empathy map.

9. Penyusunan *Empathy Map*

Data yang terkumpul kemudian dikelompokkan dalam kuadran *see, hear, think and feel, say and do, dan pain and gain*. Kemudian data tersebut dikelompokkan kedalam 1 *empathy map*.

10. *Define*

Define bertujuan untuk mengidentifikasi atas kendala yang ada yang kemudian akan diselesaikan melalui tahap *define*, yang terdiri dari *user, need, dan insight*. Dengan adanya *define* akan ditentukan perlu atau tidaknya model bisnis baru dan model bisnis seperti apa yang akan dirancang dan dibuat.

11. *Ideate*

Ideate merupakan tahapan identifikasi suatu permasalahan. Pada tahap ini *tools* yang digunakan adalah *customer journey map* atau CJM yaitu untuk mengetahui pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan model bisnis baru yang akan dirancang. Setelah *customer journey map* tersusun kemudian dilanjutkan dengan penyusunan *service dominant business model radar (SDBMR)*

12. *Prototype*

Pada tahap ini akan dilakukan perancangan *service blueprint*. Dengan adanya *service blueprint* dapat memberikan arahan dari aktivitas pelayanan bisnis dengan rangkaian yang tepat.

13. *Test*

Pada tahap ini akan dilakukan pengujian oleh perwakilan TB Kawan Baru dengan *System Usability Scale* dengan memberikan penilaian yang dilakukan melalui pengisian kuesioner.

14. Kesimpulan dan Saran

Tahapan terakhir dalam penelitian ini adalah didapatkannya kesimpulan dan saran yang menjawab dari tujuan penelitian yang telah dibuat. Kesimpulan merupakan ringkasan dari apa yang telah didapatkan, sedangkan saran adalah usulan atau rekomendasi kepada perusahaan agar dapat membuat inovasi bisnis berupa layanan baru pada toko bangunan berdasarkan *design thinking*.

KUESIONER *EMPATHY MAP*

Pertanyaan dari (Osterwalder & Pigneur, 2017:132) dalam (Resmawati & Sisilia, 2021)

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan nama saya Syauqi Taufiqurrohman NIM (18522351) mahasiswa jurusan Teknik Industri angkatan 2018 Universitas Islam Indonesia. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengembangan Layanan Inovasi Terbaru Untuk Memberikan Keunggulan Bersaing Dengan Menggunakan Metode *Design Thinking*” studi kasus di TB Kawan Baru Demak.

TB Kawan Baru berencana akan mengembangkan usahanya dalam bidang layanan jasa. Pengembangan usaha TB Kawan Baru berupa rancangan layanan inovasi terbaru berdasarkan *design thinking*. Dengan adanya hal tersebut akan dilakukan pengumpulan data yang digunakan untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh calon pelanggan layanan jasa TB Kawan Baru Demak.

Oleh karena itu, saya selaku peneliti memohon bantuan dan ketersediaan waktunya kepada anda untuk mengisi kuesioner ini. Atas ketersediaan anda untuk membantu mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terimakasih.

Tabel 3. 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner Empathy Map

No.	Aspek <i>Empathy Map</i> (Indikator)		Point yang dicari
1.	<i>See</i> Pengalaman Menggunakan Jasa Renovasi Bangunan	<i>See</i> Pendapat tentang Jasa Renovasi Bangunan Pada Toko Bangunan	Seperti apa Seperti apa kelihatannya tampaknya? Apa masalah yang ditemui? jika layanan jasa renovasi bangunan yang diterapkan pada suatu toko bangunan?

2.	Hear	Hear	Bagaimana
Apa yang anda dengar tentang layanan jasa renovasi bangunan yang sudah ada?	Bagaimana kedengarannya jika toko bangunan menerapkan tambahan layanan jasa renovasi bangunan?	kedengarannya? Apa yang dikatakan oleh lingkungan sekitar? Siapa yang mempengaruhinya dan bagaimana caranya?	
3.	Think and Feel	Think and Feel	Apa yang dirasakan?
Apa yang anda pikirkan dan rasakan ketika menggunakan layanan jasa renovasi bangunan sebelumnya?	Apa yang anda pikirkan dan rasakan ketika menggunakan layanan jasa renovasi bangunan di toko bangunan?	Jasa renovasi bangunan bisa dipercaya apa tidak ya?	
4.	Say and Do	Say and Do	Apa yang akan dilakukannya?
Apa saja yang dapat menyebabkan terjadinya kekurangan dalam layanan jasa renovasi bangunan yang pernah anda gunakan sebelumnya dan apa yang perlu dilakukan untuk dapat memperbaiki kekurangan tersebut?	Apa saja yang bisa menjadi kekurangan jika suatu toko bangunan menerapkan layanan jasa renovasi bangunan dan apa yang perlu dilakukan untuk dapat memperbaiki kekurangan tersebut?	Apa yang terjadi? Perhatikan untuk potensi konflik antara apa yang mungkin dikatakan pelanggan dan apa yang benar-benar dipikirkan dan dilakukannya	
5.	Pain	Pain	Apa yang menjadi masalah pada pelanggan?
Berdasarkan pengalaman anda hal	Berdasarkan pendapat anda resiko apa saja		

	apa saja yang paling menyebabkan ketika menggunakan layanan layanan jasa renovasi bangunan sebelumnya?	yang ditakuti ketika menggunakan layanan jasa renovasi bangunan pada suatu toko bangunan?	Resiko apa yang ditakuti konsumen? Kekecewaan apa saja yang dirasakan konsumen?
6. Gain	Apa yang membuat jasa renovasi bangunan menjadi jasa layanan menarik dan banyak dicari?	Gain Menurut anda layanan jasa renovasi bangunan seperti apa yang bisa dikatakan sukses pada suatu toko bangunan?	Apa saja yang diperoleh oleh pelanggan? Apa yang benar ingin didapatkan pelanggan? Bagaimana cara mengukur keberhasilannya?

TEST System Usability Scale (SUS)

TB Kawan Baru Demak berencana akan mengembangkan di bidang layanan jasa dengan merancang dan membuat layanan inovasi jasa terbaru berdasarkan *design thinking*.

Pada penyusunan kuesioner mengikuti indikator pertanyaan dari jurnal test SUS yang berisikan 10 komponen pertanyaan (Sembodo et al., 2021) dan kata-kata dalam kuesioner dimodifikasikan untuk keperluan penelitian. Komponen pertanyaan SUS dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Pertanyaan Kuesioner SUS

No.	Pertanyaan
1.	Saya berpikir akan menerapkan layanan jasa ini.
2.	Saya merasa layanan jasa ini rumit untuk diterapkan.
3.	Saya merasa layanan jasa ini mudah untuk diterapkan.

-
4. Saya membutuhkan bantuan dari orang lain dalam menerapkan layanan jasa ini.

 5. Saya merasa layanan jasa ini terealisasi dengan semestinya

 6. Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak berjalan dengan semestinya)

 7. Saya merasa orang lain akan mudah memahami cara menggunakan layanan jasa ini.

 8. Saya merasa layanan jasa ini membingungkan.

 9. Saya merasa tidak ada hambatan dalam menerapkan layanan jasa ini.

 10. Saya perlu mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum menerapkan layanan jasa ini.
-

Jawaban tabel pertanyaan SUS menggunakan skala likert dengan interval 1 sampai 5 sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Deskripsi Perusahaan

Toko Bangunan “Kawan Baru” merupakan sebuah toko bahan bangunan yang didirikan oleh Bapak Achmad Munif pada tahun 1996, Berbekal dengan pengalaman yang dimiliki dalam bidang bangunan usaha ini didirikan yang awalnya hanya berupa toko kecil sederhana yang dikelola secara langsung oleh bapak Munif dan istrinya serta hanya memiliki 2 karyawan. Produk yang disediakan seperti alat-alat dan bahan material untuk bangunan juga masih tergolong sedikit dan sederhana. Toko Bangunan “Kawan Baru” terletak di Desa Ndelok, Kelurahan Kebonagung, Kecamatan Kebonagung, Kabupaten Demak Jawa Tengah. Lokasi toko bangunan ini juga sangat strategis karena berada pada pinggir jalan besar atau utama.

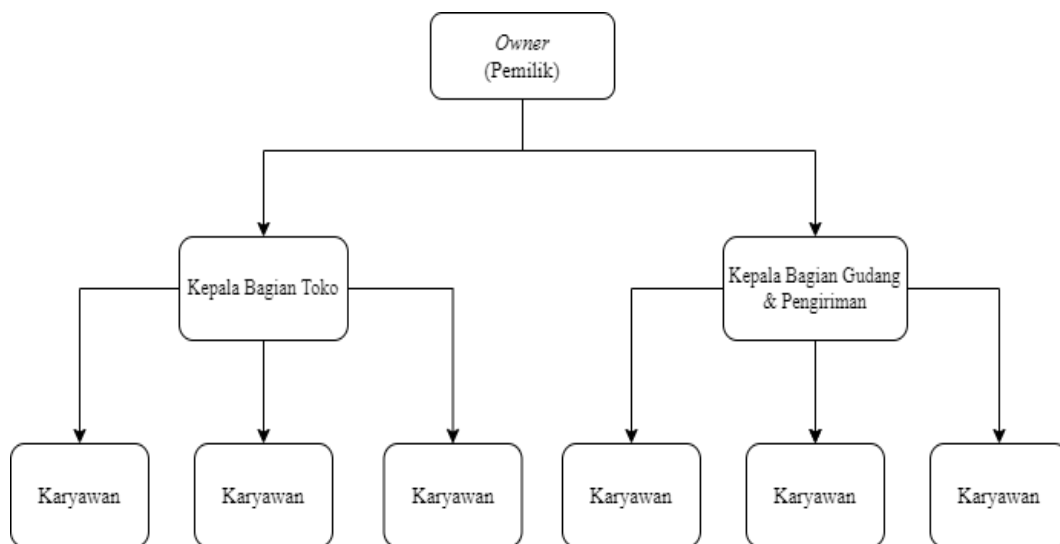
Dalam pengelolaannya Toko Bangunan “Kawan Baru” menyediakan 2 sistem yaitu pertama pengantaran produk yang akan dibeli hal tersebut bertujuan supaya memudahkan pelanggan dalam membeli barang dalam jumlah banyak. Kedua dengan menggunakan via media telepon dalam pemesanan barang dan bertransaksi jadi pelanggan tidak harus meninggalkan rumah dalam membeli barang pada Toko Bangunan “Kawan Baru”. Pelayanan dalam pengantaran barang pesanan menjadi salah satu strategi dari pengelola agar dapat bersaing dan juga meningkatkan penjualan.

Seiring berjalannya waktu dan pengelolaan yang baik Toko Bangunan “Kawan Baru” dapat menyediakan bahan bangunan yang bisa dibilang cukup

lengkap. Harga yang ditawarkan juga cukup terjangkau oleh pelanggan maka dari itu usaha ini mulai dipercaya oleh masyarakat. Pada tahun 2009 Toko Bangunan “Kawan Baru” bisa mendirikan cabang baru untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas, hal ini menjadi bukti dari semakin berkembang dan baiknya pengelolaan. Berdirinya Toko Bangunan “Kawan Baru” mempunyai tujuan yang positif yaitu membantu masyarakat untuk mendapatkan bahan-bahan bangunan secara mudah dan murah untuk menciptakan pembangunan yang lebih maju dan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

4.1.2 Struktur Organisasi

Toko Bangunan “Kawan Baru” memiliki struktur organisasi seperti pada umumnya dengan memiliki beberapa karyawan namun dalam proses kegiatannya usaha ini menerapkan sistem kerja bersama. Struktur organisasi tidak terlalu menjadi permasalahan dalam usaha ini yang terpenting usaha ini bisa berjalan dengan baik dan mampu melayani pelanggan dengan baik.



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi TB. Kawan Baru

Sumber : Data TB. Kawan Baru

Kegiatan TB. Kawan Baru dikelola oleh pemilik dan struktur yang dibawah dijelaskan sebagai berikut :

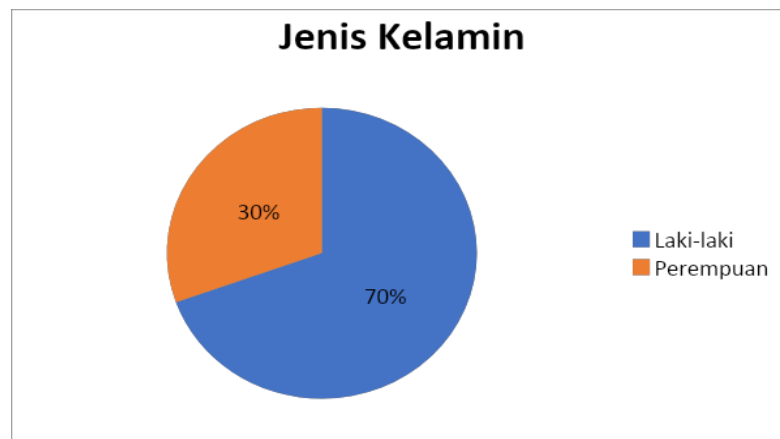
1. TB. Kawan Baru dipimpin oleh *owner* atau pemilik
2. Pemilik membawahi langsung bagian toko serta bagian gudang dan pengiriman yang bertanggung jawab atas pelaksanaannya.
3. Kepala bagian toko membawahi karyawan penjualan yang bertanggung jawab atas pelaksanaannya
4. Kepala bagian gudang dan pengiriman membawahi karyawan gudang dan pengiriman yang bertanggung jawab atas pelaksanaannya.

4.1.3 Data Kuesioner

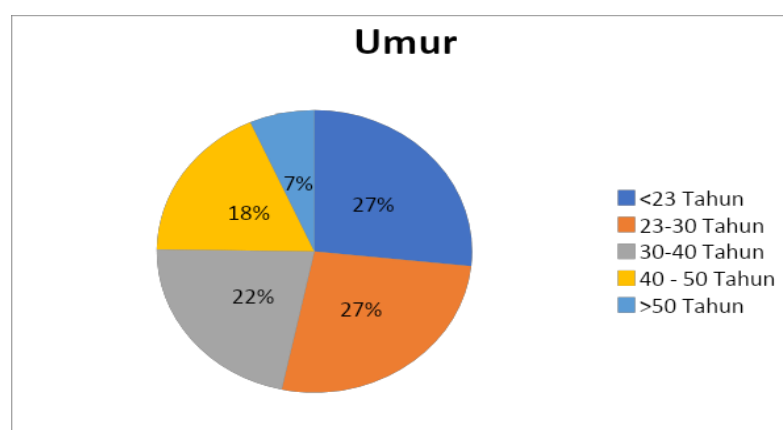
Berdasarkan penyebaran kuesioner *online* pada pelanggan TB Kawan Baru total terdapat 105 responden yang menjadi subjek penelitian, dimana responden mengisi melalui kuesioner *google form*. Pengambilan data dilakukan selama 14 hari terhitung mulai dari tanggal 1 Agustus 2022 hingga 21 Agustus 2022. Penentuan jumlah responden penelitian tidak ada batasan pasti untuk minimalnya namun pengambilan jumlah sampel yang kecil tidak memberikan hasil analisis yang baik karena kurangnya informasi yang diperoleh sementara jumlah sampel yang terlalu besar akan membutuhkan waktu pengerjaan yang lama. Jumlah kecukupan data sampel yang baik berkisar antara 90–110 responden, sehingga jumlah responden pada penelitian ini sudah memenuhi kriteria tersebut (Lemeshow et al., n.d.).

Berikut merupakan rincian data responden yang mengisi kuesioner secara *online*. Hal tersebut responden akan diminta untuk mengisi data seperti nama, jenis kelamin, umur, pekerjaan, pendapatan/gaji perbulan dan sedang membangun/merenovasi bangunan atau tidak. Dari total 105 responden, sejumlah 73 responden (70%) memiliki jenis kelamin laki-laki dan 32 responden (30%) memiliki jenis kelamin perempuan. Untuk umur sejumlah 28 responden (27%) berada pada umur <23 tahun, 28 (27%) umur 23-30 tahun, 23 (22%) umur 30-40 tahun, 19 (18%) umur 40-50 tahun dan 7 responden (6%) berada pada umur >50

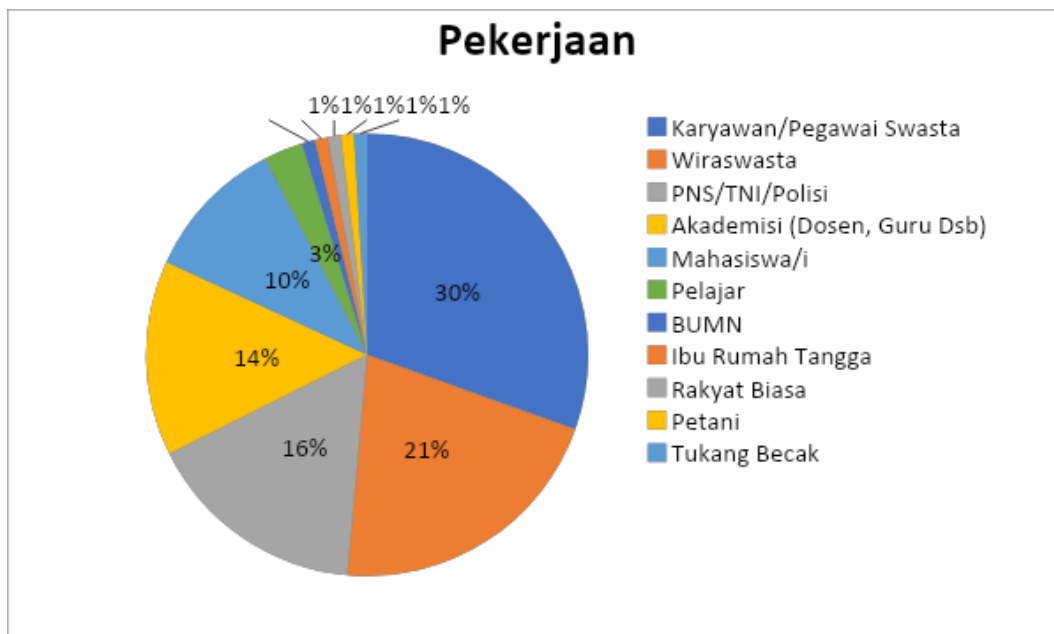
tahun. Untuk pekerjaan terdiri dari Karyawan/Pegawai Swasta sebanyak 32 responden (30%), Wiraswasta 22 (21%), PNS/TNI/Polisi 17 (16%), Akademisi (Dosen, Guru, Dsb) 15 (14%), Mahasiswa/i 11 (11%), Pelajar 3 (3%), BUMN 1 (1%), Ibu Rumah Tangga 1 (1%), Rakyat Biasa 1 (1%), Petani 1 (1%) dan Tukang Becak sebanyak 1 responden (1%). Selanjut pendapat/Gaji Perbulan terdapat 24 responden (23%) memiliki pendapatan sebesar <Rp 2.000.000, 42 (40%) Rp 2.000.000-Rp 5.000.000, 20 (19%) Rp 5.000.000-Rp 8.000.000, 14 (13%) Rp 8.000.000-Rp 15.000.000, dan 5 responden (5%) memiliki pendapatan sebesar >Rp 15.000.000. Terakhir terdapat sebanyak 59 responden (56%) yang sedang membangun/merenovasi bangunan dan 46 responden (44%) tidak sedang membangun/merenovasi bangunan.



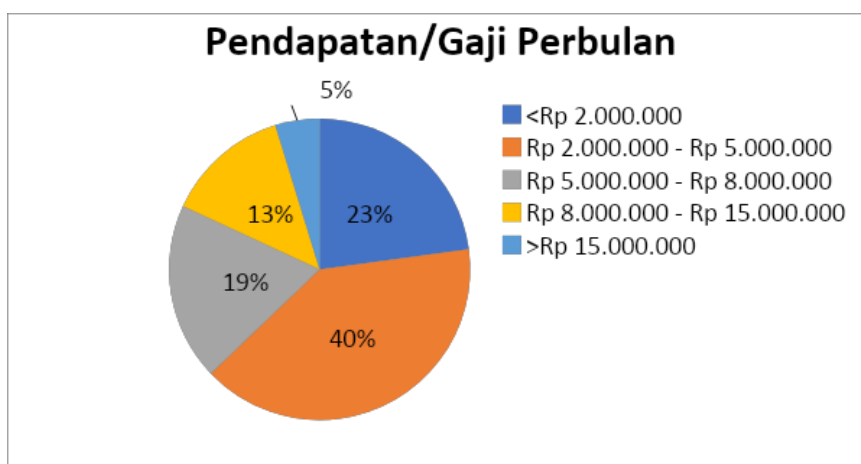
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden



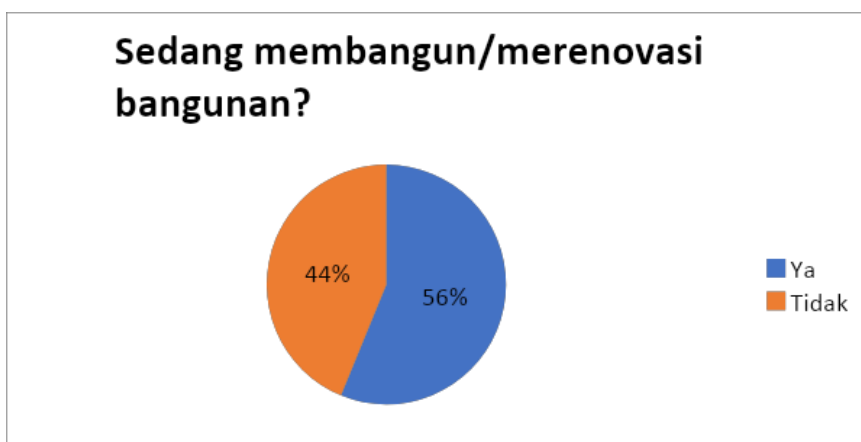
Gambar 4. 3 Umur Responden



Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden



Gambar 4. 5 Pendapatan/Gaji Perbulan Responden



Gambar 4. 6 Indikator Sedang Membangun/Merenovasi Bangunan

Dalam Menyusun pertanyaan pada kuesioner *empathy map* mengikuti sumber (Osterwalder & Pigneur, 2017:132) dalam (Resmawati & Sisilia, 2021). Berikut merupakan daftar pertanyaan yang ada pada kuesioner yang dapat dilihat pada tabel 4. 1.

Tabel 4. 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner *Empathy Map*

No.	Aspek <i>Empathy Map</i>	Indikator	
		Pengalaman Menggunakan Jasa Renovasi Bangunan	Pendapat tentang Jasa Renovasi Bangunan Pada Toko Bangunan
1.	<i>See</i>	Seperti apa kelihatannya layanan jasa renovasi bangunan yang pernah anda lihat?	Bagaimana kelihatannya jika layanan jasa renovasi bangunan diterapkan pada suatu toko bangunan?
2.	<i>Hear</i>	Apa yang anda dengar tentang layanan jasa renovasi bangunan yang sudah ada?	Bagaimana kedengarannya jika toko bangunan menerapkan tambahan layanan jasa renovasi bangunan?
3.	<i>Think and Feel</i>	Apa yang anda pikirkan dan rasakan ketika menggunakan layanan jasa renovasi bangunan sebelumnya?	Apa yang anda pikirkan dan rasakan ketika menggunakan layanan jasa renovasi bangunan di toko bangunan? (Bisa dipercaya apa tidak?)

4.	<i>Say and Do</i>	Apa saja yang dapat menyebabkan terjadinya kekurangan dalam layanan jasa renovasi bangunan yang pernah anda gunakan sebelumnya dan apa yang perlu dilakukan untuk dapat memperbaiki kekurangan tersebut?	Apa saja yang bisa menjadi kekurangan jika suatu toko bangunan menerapkan layanan jasa renovasi bangunan dan apa yang perlu dilakukan untuk dapat memperbaiki kekurangan tersebut?
5.	<i>Pain</i>	Berdasarkan pengalaman anda hal apa saja yang paling menyebabkan ketika menggunakan layanan jasa renovasi bangunan sebelumnya?	Berdasarkan pendapat anda resiko apa saja yang ditakuti ketika menggunakan layanan jasa renovasi bangunan pada suatu toko bangunan?
6.	<i>Gain</i>	Apa yang membuat jasa renovasi bangunan menjadi jasa layanan menarik dan banyak dicari?	Menurut anda layanan jasa renovasi bangunan seperti apa yang bisa dikatakan sukses pada suatu toko bangunan?

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 *Empathize*

Berdasarkan jawaban yang telah diisi oleh responden melalui kuesioner *google form*, kemudian jawaban tersebut dikelompokkan dalam tabel 4. 2 Data Jawaban Responden dibawah ini:

Tabel 4. 2 Data Jawaban Responden *Empathy Map*

No.	Kategori <i>Empathy Map</i>	Indikator	
		Pengalaman Menggunakan Jasa Renovasi Bangunan	Pendapat tentang Jasa Renovasi Bangunan Pada Toko Bangunan
1.	<i>See</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Terdapat layanan penyedia jasa kurang terpercaya ● Terdapat layanan penyedia jasa yang mengecewakan ● Membutuhkan keahlian khusus dalam pengerjaan ● Tidak tepat waktu ● Kompetensi dibutuhkan untuk menterjemahkan kebutuhan ● Interaksi yang ramah dan terarah yang ● Konsultasi kebutuhan konsumen ● Diperlukan kelengkapan dan 	<ul style="list-style-type: none"> ● Menarik dan bagus ● Mempermudah proses pengerjaan konsumen ● Lebih efektif dan efisien ● Menguntungkan bagi pelanggan dan pemilik toko ● Praktis dan Inovatif ● Pilihan material beragam dan lengkap ● Konsultasi dilakukan dengan mudah ● Menjanjikan ● Jangkauan area terbatas ● Meminimalisir biaya

kerapian dalam pengerjaan

- Garansi pengerjaan sebagai tanggung jawab adanya cacat atau kerusakan dalam waktu tertentu
- Kebutuhan ragam layanan untuk perancangan dan pengerjaan renovasi dan pembangunan
- Layanan yang praktis dan menghemat biaya
- Layanan yang diberikan kurang inovatif
- Layanan dapat dilakukan perorangan atau kelompok
- Pengalaman sebagai dasar untuk memberikan layanan
- Skala pengerjaan layanan beragam
- Perhitungan estimasi kebutuhan, lama waktu, pengerjaan dan biaya yang dibutuhkan

2	<i>Hear</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Layanan yang membantu untuk membangun merenovasi bangunan 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ide yang bagus, seperti kolaborasi menarik ● Membantu konsumen dan
---	-------------	---	---

-
- Menggunakan layanan tukang bangunan atas rekomendasi teman
 - Menggunakan layanan tukang bangunan dengan tenaga ahli dan profesional
 - Harga yang bersahabat dan pengerjaan cepat
 - Pelayanan yang ramah
 - Penyediaan jasa yang lengkap
 - Jasa tukang bangunan yang dipercaya dan telah memiliki pengalaman
 - Layanan jasa mayoritas tidak tepat waktu
 - Mahal dan berisiko tinggi
 - Garansi kerusakan pengerjaan
 - Hasil yang bagus dan rapi
 - Metode pembayaran beragam seperti jam, harian atau borongan
 - Penyesuaian dengan kebutuhan konsumen
 - Menggunakan layanan tukang bangunan atas rekomendasi teman
 - Sesuai dengan bisnis
 - Layanan tersebut tentunya akan memudahkan pelanggan karena pelanggan tidak perlu mencari jasa renovasi secara terpisah
 - Kemudahan proses pembangunan melalui diskusi dengan pemilik toko bangunan
 - Pelayanan yang lebih cepat, responsive, dan peka terhadap perubahan
 - Pengerjaan dapat dipercaya
 - Tukang lebih memahami material
 - Kelengkapan material
 - Harga material dapat dikontrol
 - Daya tarik dan nilai tambah bagi toko bangunan dibandingkan kompetitor
 - Meragukan dan kurang meyakinkan karena hasil belum pasti

-
- 3 *Think and Feel*
- Kebutuhan untuk memberikan target
 - Dapat dipercaya untuk menjaga nama baik toko
-

pengerjaan	● Perjanjian kerja
● Waktu pengerjaan yang lama serta pengerjaan tidak maksimal	● diperlukan dan dilakukan secara jelas
● Pekerjaan yang tidak sesuai keinginan	● Keterikatan dengan toko bangunan sebagai jaminan
● Membantu dan meringankan tenaga	● Toko bangunan memiliki pengetahuan mengenai
● Tenang dan aman jika bahan bangunan dipilih sendiri dan direncanakan sejak awal	● bahan atau jenis material
● Jarak yang dekat dengan lokasi tempat tinggal	● Lini bisnis yang linier
● Pemilihan harga yang terjangkau	● Pengawasan tetap diperlukan
● Pemantauan langsung pengerjaan diperlukan	● Kapasitas dan kapabilitas layanan perlu diperhatikan
● Layanan jasa yang diberikan kurang lengkap	● Perlunya jaminan tukang yang profesional
● Jaminan perbaikan	● Sistem pengelolaan jasa layanan yang baik.
● Harga kurang sesuai dengan pelayanan yang diberikan	● Integritas dan komitmen dari pemilik usaha penyediaan jasa
● Layanan yang memudahkan dan praktis	● Pengalaman dan penilaian yang baik dari customer sebelumnya
● Kualitas yang bagus dan awet	● Kurang dapat dipercaya karena tidak konsisten dan tidak profesional

4	<i>Say and Do</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Adanya miskomunikasi yang disebabkan kurangnya komunikasi dua arah ● Kurang teliti mengenai keuangan ● Arahan diperlukan bagi pekerja ● Biaya yang melebihi rencana ● Kurangnya pengawasan ● Pengerjaan kurang efisien sehingga membutuhkan waktu lama ● Kesalahan saat konsultasi ● Kepuasan konsumen kurang diperhatikan ● Ketidaksesuaian konsep dengan hasil layanan ● Perbedaan material yang digunakan antara rencana dengan aktual ● Kemampuan dan keahlian tukang yang tidak sesuai kebutuhan desain ● Kepahaman tukang masih kurang sehingga salah dalam pemilihan material 	<ul style="list-style-type: none"> ● Meminimalisir miskomunikasi ● Harga yang ditawarkan tidak sesuai ● Perlunya kerjasama dan keterbukaan informasi material, keuangan, dan progress proyek ● Potensi biaya yang lebih mahal karena komersialisasi jasa ● Disinformasi (informasi yang tidak jelas) ● Tidak sesuai dengan keinginan konsumen ● Peran toko untuk menjelaskan detail keinginan konsumen kepada tukang ● Kurangnya tenaga kerja yang profesional, ahli, dan kompeten ● Perlunya pembuatan jadwal untuk menjamin ketersediaan tukang saat dibutuhkan ● Kesepakatan berkaitan dengan penyediaan material ● Layanan call center yang fast respon ● Pembayaran yang dapat
---	-------------------	---	---

		<ul style="list-style-type: none"> ● Biaya dengan pekerjaan dilakukan dengan tidak sepadan berbagai metode ● Kejujuran ● Respon yang lama ● Penggantian tenaga kerja untuk yang sudah berumur 	<ul style="list-style-type: none"> ● Pelayanan dapat dilakukan secara online ● Pembagian pekerjaan dari toko bangunan dan penyediaan jasa
5	<i>Pain</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Waktu pengerjaan lama ● Pengerjaan tidak teliti ● Komunikasi yang sulit dilakukan dan Kurang responsive ● Hasil yang tidak sesuai harapan ● Tukang yang malas dan memiliki berbagai alasan ● Kesalahan proses pembangunan ● Kualitas mutu bahan bangunan yang cepat rusak ● Pemahaman yang kurang ● Biaya tambahan yang perlu dikeluarkan ● Tukang tidak mendengarkan keinginan konsumen ● Tidak sesuai dengan desain ● Layanan tidak spesifik 	<ul style="list-style-type: none"> ● Risiko miskomunikasi ● Hasil tidak sesuai keinginan konsumen ● Adanya biaya tambahan di luar rencana ● Kegagalan pengendalian tenaga kerja ● Biaya yang tinggi dikarenakan tidak ada perbandingan dengan toko lain ● Waktu yang lama ● Keahlian pekerja yang kurang ● Spesifikasi material yang digunakan tidak sesuai ● Hasil yang tidak tahan lama ● Risiko penipuan ● Tidak ada standar kerja

		dan kurang professional	
		● Perbedaan bahan material yang digunakan dengan perencanaan	
		● Kebutuhan untuk mengawasi secara langsung	
6	<i>Gain</i>	<ul style="list-style-type: none"> ● Kemudahan untuk pembangunan ● Pengerjaan yang cepat dan hasil maksimal ● Tenaga kerja yang profesional, ahli, dan kompeten ● material bangunan terbaik dan berkualitas ● layanan gratis konsultasi ● Kesesuaian perencanaan awal dengan hasil ● Biaya yang murah ● Pemberian solusi untuk permasalahan ● Jarak yang dekat ● Jaminan kualitas pengerjaan ● Hasil pengerjaan bagus dan memuaskan pelanggan ● Kemudahan untuk 	<ul style="list-style-type: none"> ● Hasil yang sesuai harapan konsumen ● Jasa arsitek dan tukang satu kesatuan ● Dapat dipercaya sehingga membuat dikenal banyak orang ● Kesesuaian dengan budget ● Adanya konsumen yang kembali melakukan order ● Pemberian garansi dan jaminan ● Sistem kerja yang sistematis dan sesuai standar kerja ● Transparansi harga ● Pemberian layanan konsultasi ● Memiliki pengalaman menangani konsumen ● Reputasi yang baik ● Pengerjaan tepat waktu dan sesuai

pemanggilan	• Tenaga kerja yang
• Kelengkapan jasa yang diberikan	terlatih
	• Inovatif
• Pelayanan yang	
terpercaya, handal, dan	
ramah	

Berdasarkan jawaban dari kuesioner yang telah terkumpul, selanjutnya yang dilakukan yaitu memilih jawaban yang akan digunakan pada metode *Delphi*. Metode *Delphi* digunakan untuk mengevaluasi ide yang telah dinyatakan oleh responden dan menetapkan skala penilaian untuk pemilihan kebijakan tersebut. Dalam penelitian ini, metode *Delphi* merupakan alat validasi bagi peneliti terhadap hasil analisis yang telah dilakukan, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat responden, dalam hal ini merupakan orang-orang yang mengetahui isu dan permasalahan serta kondisi sebenarnya dilapangan. Pada metode ini terdapat 6 responden yang terpilih secara acak untuk memberikan skala penilaian. Kriteria pemilihan responden ini tidak ada standar bakunya, dalam metode *Delphi* yang terpenting adalah kriteria ini disesuaikan dengan kebutuhan pengambilan keputusan (Widianti, 2016). Berikut merupakan profil dari responden:

Tabel 4. 3 Data Responden Kuesioner *Delphi*

No.	Responden	Pekerjaan
1.	R	Karyawan/Pegawai Swasta
2.	S	Wiraswasta
3.	A	Wiraswasta
4.	B	PNS/TNI/Polisi
5.	F	Akademisi (Dosen, Guru dsb)
6.	A	Karyawan/Pegawai Swasta

6 responden yang tertera pada table 4. 3 diundang dalam *zoom meeting* untuk melakukan diskusi dan dilakukan pengisian kuesioner sebanyak 3 putaran dimana dalam putaran tersebut ada mekanisme *feedback* responden. Dari hasil

pengisian kuesioner dalam 3 putaran tersebut, kemudian diambil ranking 1-5 untuk dimasukkan kedalam *empathy map*. Pemilihan ranking 1-5 berdasarkan hasil diskusi yang telah dilakukan dengan responden yang mengisi kuesioner. Hasil diskusi ranking 1-5 yang ditetapkan, didasari oleh ranking 1-5 yang merupakan prioritas kepentingan dan keinginan untuk dimasukkan dalam *Empathy Map*. Berikut merupakan hasil yang didapat:

Tabel 4. 4 Jawaban *See*

No.	<i>See</i>
1.	(A204) Menguntungkan bagi pelanggan dan pemilik toko
2.	(A101) Terdapat layanan penyedia jasa kurang terpercaya
3.	(A203) Lebih efektif dan efisien
4.	(A108) Diperlukan kelengkapan dan kerapian dalam pengerjaan
5.	(A106) Interaksi yang ramah dan terarah

Tabel 4. 5 Jawaban *Hear*

No.	<i>Hear</i>
1.	(B206) Pelayanan yang lebih cepat, responsive, dan peka terhadap perubahan
2.	(B104) Harga yang bersahabat dan pengerjaan cepat
3.	(B202) Membantu konsumen dan menguntungkan toko
4.	(B208) Tukang lebih memahami material
5.	(B205) Kemudahan proses pembangunan melalui diskusi dengan pemilik toko bangunan

Tabel 4. 6 Jawaban *Think and Feel*

No.	<i>Think and Feel</i>
1.	(C202) Perjanjian kerja diperlukan dan dilakukan secara jelas
2.	(C209) Sistem pengelolaan jasa layanan yang baik.
3.	(C205) Lini bisnis yang linier
4.	(C101) Kebutuhan untuk memberikan target pengerjaan
5.	(C111) Harga kurang sesuai dengan pelayanan yang diberikan

Tabel 4. 7 Jawaban *Say and Do*

No.	<i>Say and Do</i>
1.	(D115) Respon yang lama
2.	(D201) Meminimalisir miskomunikasi
3.	(D209) Perlunya pembuatan jadwal untuk menjamin ketersediaan tukang saat dibutuhkan
4.	(D109) Ketidaksesuaian konsep dengan hasil layanan
5.	(D104) Biaya yang melebihi rencana atau adanya biaya tambahan

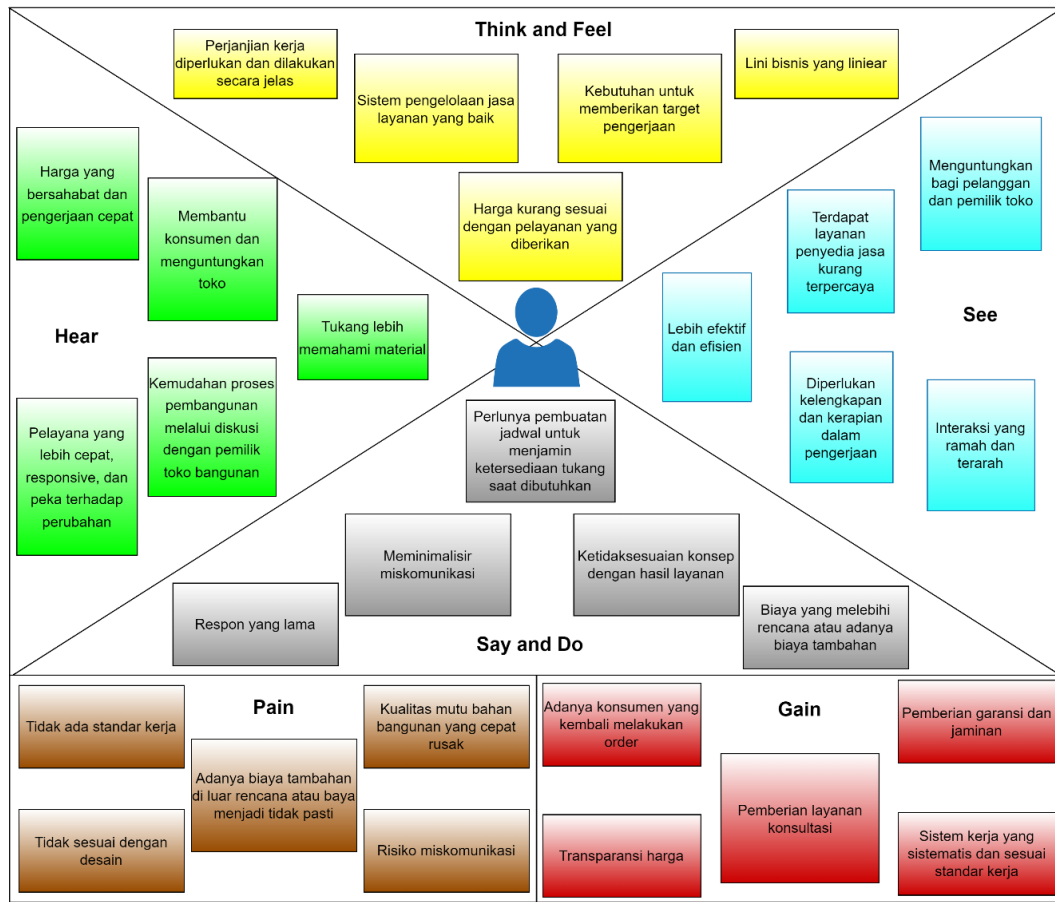
Tabel 4. 8 Jawaban *Pain*

No.	<i>Pain</i>
1.	(E211) Tidak ada standar kerja
2.	(E111) Tidak sesuai dengan desain
3.	(E107) Kualitas mutu bahan bangunan yang cepat rusak
4.	(E203) Adanya biaya tambahan di luar rencana atau biaya menjadi tidak pasti
5.	(E201) Risiko miskomunikasi

Tabel 4. 9 Jawaban *Gain*

No.	<i>Gain</i>
1.	(F206) Pemberian garansi dan jaminan
2.	(F205) Adanya konsumen yang kembali melakukan order
3.	(F208) Transparansi harga
4.	(F209) Pemberian layanan konsultasi
5.	(F207) Sistem kerja yang sistematis dan sesuai standar kerja

Setelah ditetapkan jawaban yang akan dimasukkan, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan *empathy map*. Berikut merupakan hasil penyusunan *empathy map*:



Gambar 4. 7 Empathy Map

Berikut ini merupakan penjelasan dari *empathy map* yang sudah tersusun pada gambar 4. 7 *Empathy Map* diatas:

1. *See*

Pada bagian *see* responden melihat terdapat kekurangan pada jasa renovasi bangunan yaitu layanan penyedia yang kurang terpercaya dan kurangnya kelengkapan serta kerapian dalam proses pengerjaan. Selain itu, responden melihat bahwa dalam usaha jasa renovasi bangunan ini tentunya akan menguntungkan bagi pelanggan dan pemilik toko karena memiliki interaksi yang ramah terhadap pelanggan, serta kinerja yang lebih efektif dan efisien.

2. *Hear*

Pada bagian *hear* responden menceritakan apa yang mereka dengar mengenai layanan jasa renovasi bangunan. Menurut responden layanan jasa renovasi bangunan memiliki pelayanan yang cepat, *responsive*, dan

peka terhadap perubahan, serta harga yang bersahabat dan pengerjaan yang cepat. Selain itu, jasa renovasi bangunan ini memiliki tukang yang lebih memahami material, membantu memenuhi keinginan konsumen sehingga akan menguntungkan toko. Selama proses pembangunan pemilik toko bangunan dan konsumen melakukan diskusi agar proses pembangunan dapat lebih mudah diselesaikan.

3. *Think and Feel*

Pada bagian *think and feel* responden berpikir dan merasa bahwa jasa renovasi bangunan umumnya memiliki kelebihan yaitu sistem pengelolaan jasa layanan yang baik dan lini bisnis yang linear. Selain itu menurut responden, jasa renovasi bangunan memiliki kekurangan yaitu harga kurang sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Responden juga berpikir bahwa jasa renovasi bangunan juga perlu adanya perjanjian kerja yang dilakukan secara jelas, serta kebutuhan untuk memberikan target pengerjaan.

4. *Say and Do*

Pada bagian *say and do* responden mengatakan bahwa jasa renovasi bangunan memiliki kekurangan seperti respon yang lama, ketidaksesuaian konsep dengan hasil layanan, dan biaya yang melebihi rencana atau terdapat biaya tambahan. Selain itu, responden juga mengatakan bahwa jasa renovasi bangunan juga memiliki kelebihan yaitu meminimalisir miskomunikasi. Menurut responden jasa renovasi bangunan perlu adanya pembuatan jadwal untuk menjamin ketersediaan tukang saat dibutuhkan agar tidak kekurangan tenaga kerja.

5. *Pain*

Pada bagian *pain* responden merasa khawatir apabila jasa renovasi bangunan tidak memiliki standar kerja, desain tidak sesuai dengan keinginan, kualitas mutu bahan bangunan yang cepat rusak, adanya biaya tambahan di luar rencana atau biaya menjadi tidak pasti, serta risiko miskomunikasi terhadap pemilik toko dan pelanggan.

6. *Gain*

Responden menginginkan layanan jasa renovasi bangunan memiliki sistem kerja yang sistematis dan sesuai standar kerja, pemberian layanan konsultasi, adanya konsumen yang kembali melakukan order, pemberian garansi dan jaminan, serta adanya transparansi harga.

4.2.2 *Define*

Berdasarkan *empathy map* yang telah disusun kemudian dilanjutkan dengan tahap *define*. Tahap *define* dalam *design thinking* dapat didefinisikan sebagai fase dalam pendefinisian masalah, dimana masalah yang akan diselesaikan berhubungan dengan kendala yang dihadapi oleh *user*. Kendala yang dimaksud dalam penelitian ini adalah preferensi jasa renovasi bangunan ideal bagi pelanggan. Dalam tahap *define* dapat menggunakan *point of view*. Berikut merupakan penjelasan mengenai formula *Point Of View* dalam penelitian ini:

A. *User* (Pengguna jasa renovasi bangunan)

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa kendala yang dialami oleh *user* selama menggunakan jasa renovasi bangunan, diantaranya harga kurang sesuai dengan pelayanan yang diberikan, ketidaksesuaian konsep dengan hasil layanan, respon yang lama, serta biaya melebihi rencana atau adanya biaya tambahan.

B. *Need* (Kebutuhan)

Kebutuhan yang diinginkan oleh *user* yaitu: biaya yang murah, kualitas mutu bahan bangunan yang baik, konsep sesuai dengan yang diharapkan, serta pelayanan yang *responsive*.

C. *Insight* (Masukan/sudut pandang *user*)

Masukan yang diberikan oleh *user* untuk pengembangan layanan jasa renovasi bangunan yaitu diperlukan adanya garansi dan jaminan, transparansi harga, serta sistem kerja yang sistematis dan sesuai standar kerja.

Berikut merupakan analisis tahap *define* yang dapat dilihat pada tabel 4. 10 *point Of View*:

Tabel 4. 10 *Point Of View*

<i>User</i>	Orang yang sudah pernah dan ingin menggunakan jasa renovasi bangunan
<i>Need</i>	Biaya murah, kualitas bahan baku yang baik, konsep sesuai dengan yang diharapkan, serta pelayanan yang <i>responsive</i> .
<i>Insight</i>	Membuat suatu layanan jasa renovasi bangunan yang memberikan garansi dan jaminan, serta sistem kerja yang sesuai dengan standar kerja.

Berdasarkan hasil yang didapatkan kemudian didiskusikan dengan 6 responden dan responden setuju dengan apa yang diusulkan.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1. Ideate

Pada tahap *define* didapatkan *insight* Membuat suatu layanan jasa renovasi bangunan yang memberikan garansi dan jaminan, serta sistem kerja yang sesuai dengan standar kerja. Hasil ini dapat menjadi dasar untuk menciptakan layanan jasa baru bagi TB. Kawan Baru. Untuk dapat membantu dalam menemukan ide, peneliti menggunakan bantuan alat *Customer Journey Map*. Berikut merupakan *customer journey map* dari perwakilan responden:

Customer Journey Map

Rosyid

Stage Of Journey	Mencari Jasa Renovasi Bangunan	Menuju ke lokasi penyedia jasa	Diskusi dan Negosiasi	Proses renovasi	Selesai
Customer Result	Memperoleh jasa untuk merenovasi	Pelanggan mengetahui lokasi penyedia jasa	Mendapatkan harga dan layanan yang diinginkan	Bangunan pelanggan direnovasi oleh penyedia jasa	Efisien dalam waktu dan tenaga
Activity	<ul style="list-style-type: none"> Menghubungi layanan Menanyakan lokasi penyedia jasa 	<ul style="list-style-type: none"> Berkendara menuju lokasi penyedia jasa Parkir kendaraan dilokasi penyedia jasa 	<ul style="list-style-type: none"> Menyakan layanan dan harga Melakukan negosiasi harga material yang digunakan Melakukan DP 	<ul style="list-style-type: none"> Menunggu proses selesainya pengerjaan 	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan pengecekan hasil bangunan Pelunasan pembayaran
Think and Feel	<ul style="list-style-type: none"> Senang penyedia jasa mudah dihubungi Kecewa karena dihubungi lewat 1 media saja 	<ul style="list-style-type: none"> Senang karena lokasi dengan rumah Kecewa karena akses menuju lokasi jalan kurang bagus 	<ul style="list-style-type: none"> Kecewa karena harga yang ditawarkan mahal dan tidak dijelaskan secara rinci 	<ul style="list-style-type: none"> Puas karena proses pengerjaan dilakukan oleh ahli dibidangnya Kecewa karena dalam melayani pekerja hanya sedikit 	<ul style="list-style-type: none"> Puas karena hasil renovasi sesuai Kecewa dalam proses pengerjaan mundur/molor
Improvement	<ul style="list-style-type: none"> Penambahan media komunikasi 	<ul style="list-style-type: none"> Penyedia jasa lebih memilih tempat yang memiliki akses jalan yang baik 	<ul style="list-style-type: none"> Diberikan penjabaran yang jelas tentang biaya pengerjaan, biaya material, dan jenis material yang digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> Penyedia jasa menambah SDM 	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan jadwal target selesai

Gambar 5. 1 *Customer Journey Map* Rosyid

Customer Journey Map					
Alda					
Stage Of Journey	Mencari Jasa Renovasi Bangunan	Menuju ke lokasi penyedia jasa	Diskusikan dan Negosiasi	Proses renovasi	Selesai
Customer Result	Memperoleh jasa untuk merenovasi	Pelanggan mengetahui lokasi penyedia jasa	Mendapatkan harga dan layanan yang diinginkan	Bangunan pelanggan direnovasi oleh penyedia jasa	Efisien dalam waktu dan tenaga
Activity	<ul style="list-style-type: none"> Menghubungi layanan lokasi penyedia jasa 	<ul style="list-style-type: none"> Berkendara menuju lokasi penyedia jasa Parkir kendaraan di lokasi penyedia jasa 	<ul style="list-style-type: none"> Menanyakan layanan dan harga Melakukan negosiasi harga material yang digunakan Melakukan DP 	<ul style="list-style-type: none"> Menunggu proses selesainya pengerjaan 	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan pengecekan hasil bangunan Pelunasan pembayaran
Think and Feel	<ul style="list-style-type: none"> Senang karena admin menerima dengan ramah Kecewa karena dihubungi lewat 1 media saja 	<ul style="list-style-type: none"> Senang karena lokasi dekat dengan rumah Kecewa karena parkir sangat mepet dengan jalan raya 	<ul style="list-style-type: none"> Kecewa karena harga yang ditawarkan mahal dan tidak dijelaskan secara rinci 	<ul style="list-style-type: none"> Puas karena proses pengerjaan sangat mengutamakan keinginan pelanggan dan dikerjakan oleh ahli bidangnya Kecewa karena dalam melayani pekerja hanya sedikit 	<ul style="list-style-type: none"> Puas karena hasil renovasi sesuai Kecewa dalam proses pengerjaan mundur/molor
Improvement	<ul style="list-style-type: none"> Penambahan media komunikasi 	<ul style="list-style-type: none"> Penyedia jasa dapat membuat tempat parkir yang lebih nyaman dan aman untuk pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> Diberikan penjabaran yang jelas tentang biaya pengerjaan, biaya material, dan jenis material yang digunakan 	<ul style="list-style-type: none"> Penyedia jasa menambah SDM 	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan jadwal target selesai memberikan garansi dan jaminan untuk pelanggan

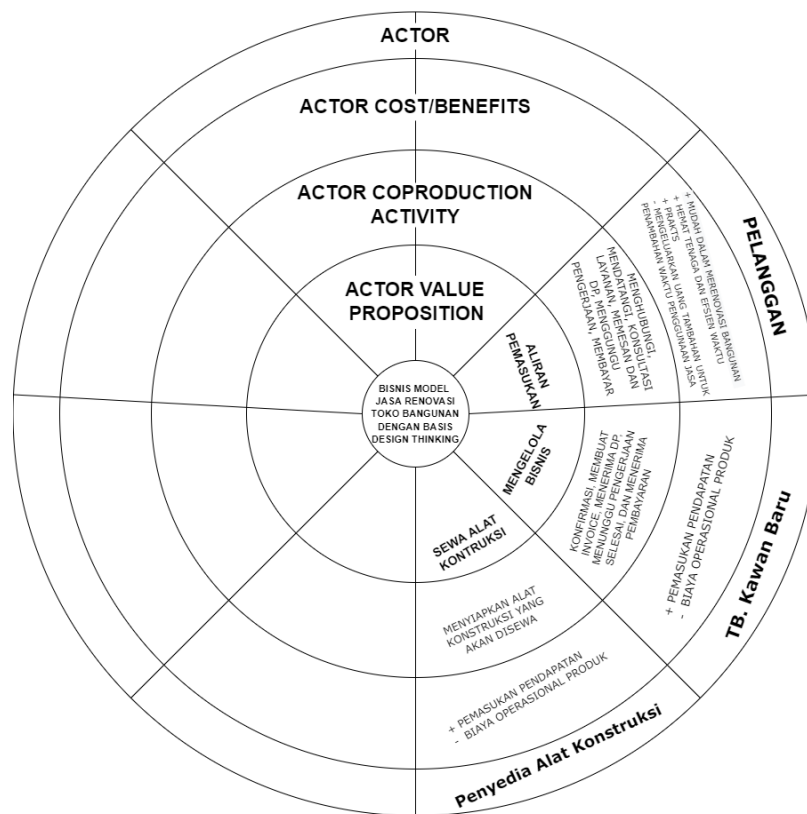
Gambar 5. 2 *Customer Journey Map* Alda

Berdasarkan *customer journey map* Rosyid dan Alda diatas serta pada proses *define* sebelumnya didapatkan hasil jika responden menginginkan layanan jasa renovasi bangunan yang ketentuannya seperti berikut:

1. Biaya yang murah dengan transparansi harga yang jelas berdasarkan sistem kerja dan karakteristik dari kualitas bahan baku.
2. Konsep pelayanan yang baik dan responsive yang selalu disesuaikan dengan keinginan pelanggan yang paling utama.
3. Layanan jasa yang menyediakan jasa konsultasi bangunan serta tenaga profesional yang ahli dibidangnya.
4. Penjadwalan yang terorganisir untuk menghindari kemunduran pada pelayanan.
5. Memberikan garansi dan jaminan kepada pelanggan sebagai sumber ketenangan.

Dari penyusunan *Customer Journey Map* yang telah selesai, selanjutnya dilakukan penyusunan *Service Dominant Business Model Radar* (SDBMR). Metode SDBM/R ini adalah alat untuk mendesain dan menganalisis model bisnis dari sudut pandang jaringan nilai atau layanan. Dengan menggunakan metode SDBMR maka model bisnis akan terlihat dengan jelas sehingga masalah akan

cepat teratasi dan untuk mengetahui siapa saja *actor* yang terlibat didalamnya. *Actor* yang terlibat dalam layanan jasa inovasi baru dari TB. Kawan Baru yaitu pelanggan, TB. Kawan Baru, dan Penyedia alat konstruksi. Berikut merupakan hasil dari penyusunan *Service Dominant Business Model Radar* (SDBMR):



Gambar 5. 3 SDBM/R TB. Kawan Baru

Berikut merupakan penjelasan dari *Service Dominant Business Model Radar* yang telah disusun:

1. Pelanggan

Pelanggan merupakan pihak yang diberikan pelayanan. Pelanggan merupakan sumber aliran pemasukan bagi layanan jasa renovasi bangunan. Dari penyusunan bisnis model radar yang telah jadi aktivitas yang dilakukan oleh pelanggan adalah menghubungi penyedia jasa layanan, mendatangi ke lokasi penyedia jasa layanan, konsultasi layanan dan bahan material yang akan dipesan, memesan layanan jasa renovasi bangunan dengan memberikan DP, menunggu kedatangan penyedia jasa

layanan, menunggu proses pengerjaan selesai dan membayar. Kemudian Pelanggan akan mendapatkan keuntungan jika menggunakan layanan jasa renovasi bangunan yaitu seperti mudah dalam melakukan renovasi bangunan, hemat tenaga dan efisien waktu serta praktis. Adapun kekurangan yang didapatkan pelanggan dalam menggunakan layanan ini yaitu pelanggan perlu mengeluarkan uang tambahan untuk apabila adanya penambahan waktu proses pengerjaan renovasi.

2. TB. Kawan Baru

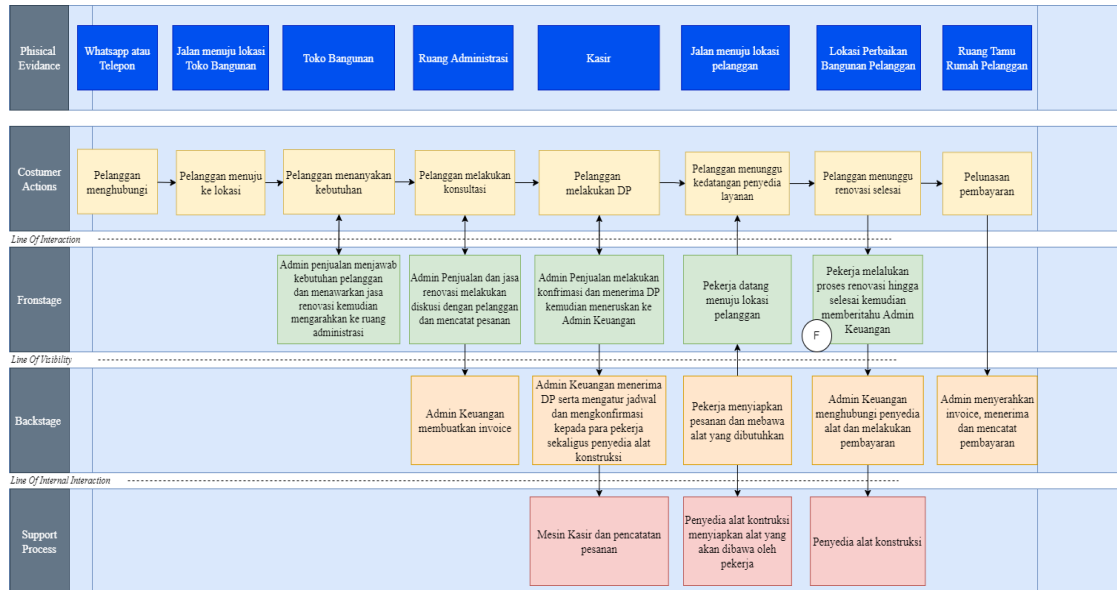
TB. Kawan Baru memiliki *value* mengelola bisnis, TB. Kawan Baru bertugas untuk melakukan konfirmasi pesanan kepada pelanggan, konfirmasi kepada admin agar dibuatkan *invoice*, penerimaan DP untuk pemesanan, menunggu proses pengerjaan renovasi bangunan selesai dan menerima pembayaran. Dari menjalankan model bisnis ini TB. Kawan Baru akan menerima pendapatan dari hasil pembayaran pelanggan akan tetapi dengan masih mengeluarkan biaya operasional produk.

3. Penyedia Alat Konstruksi

Penyedia Alat Konstruksi memiliki *value* untuk menyewakan alat konstruksi. Penyedia alat konstruksi bertugas untuk menyiapkan alat konstruksi yang akan disewa. Penyedia ini akan mendapatkan keuntungan berupa pembayaran hasil sewa alat konstruksi TB. Kawan Baru dengan tetap mengeluarkan biaya operasional produk.

5.2. *Prototype*

Prototype ini merupakan tahap perancangan hasil. Peneliti merancang sebuah operasi layanan yang telah disesuaikan dengan keinginan *customer* kedalam bentuk sebuah desain, lalu hasil rancangan tersebut disampaikan peneliti kepada para *expert* TB. Kawan Baru. Pada tahapan ini, *Prototype* yang dirancang berupa tampilan *service blueprint* yang telah disesuaikan mengikuti hasil *customer journey map* Rosyid dan Alda dengan dilakukan modifikasi di beberapa bagian. Berikut merupakan tampilan dari *service blueprint* yang telah dirancang:



Gambar 5. 4 *Prototype Service Blueprint*

Berikut ini merupakan penjelasan dari service blueprint yang telah dirancang:

1. *Physical Evidence*

Physical Evidence merupakan bukti fisik yang dapat dilihat dengan kasat mata atau tempat terjadinya customer action. Pada *Physical evidence* yang telah disusun, terdapat 8 bagian yaitu pada action 1 hingga 2 (menuju lokasi toko bangunan, kemudian pada action 3 hingga 5 (di lokasi toko bangunan), dan yang terakhir action 6 hingga 8 (datang ke lokasi pelanggan hingga pembangunan selesai).

2. *Customer Action*

Customer Action merupakan kegiatan yang dilakukan pelanggan untuk menggunakan jasa renovasi bangunan pada TB. Kawan Baru Demak. *customer action* dalam *service blueprint* yang telah disusun terdapat 8 bagian, yang diawali dengan pelanggan menghubungi melalui *WhatsApp* telepon, pelanggan menuju ke lokasi TB. Kawan Baru dan kemudian menanyakan kebutuhan sebelum akhirnya pelanggan melakukan konsultasi terkait jasa yang ditawarkan, Konsultasi merupakan kegiatan yang dilakukan pelanggan untuk mengetahui apa saja layanan yang ditawarkan dan kebutuhan bahan material yang akan digunakan saat pembangunan, setelah *deal* pelanggan melakukan DP. Pelanggan

menunggu kedatangan penyedia layanan di rumah atau lokasi renovasi, kemudian pelanggan menunggu renovasi hingga selesai, dan yang terakhir pelanggan melakukan pelunasan pembayaran. Konsultasi merupakan kegiatan yang dilakukan pelanggan untuk mengetahui apa saja layanan yang ditawarkan dan kebutuhan bahan material yang akan digunakan saat pembangunan.

3. *Line Of Interaction*

Line Of Interaction yaitu menunjukkan adanya interaksi langsung antara konsumen dan perusahaan penyedia jasa. Dalam kegiatan ini terjadi beberapa interaksi langsung dari pelanggan antara lain pelanggan interaksi menggunakan whatsapp telepon, pelanggan interaksi dengan penyedia jasa, pelanggan interaksi dengan kasir, dan pelanggan interaksi dengan tukang atau arsitek.

4. *Fronstage*

Frontstage merupakan langkah-langkah dan aktivitas dari karyawan atau penyedia jasa yang berhubungan dengan pelanggan serta dapat dirasakan dan dilihat langsung oleh pelanggan. Pada tahap ini setelah pelanggan melakukan konfirmasi melalui Whatsapp dan datang ke lokasi toko bangunan untuk menanyakan kebutuhan, kemudian admin penjualan menjawab kebutuhan pelanggan dan menawarkan jasa renovasi. Setelah itu pelanggan diarahkan ke ruang administrasi untuk melakukan pencatatan pesanan dan melakukan diskusi bersama admin serta pekerja jasa renovasi. Setelah itu admin penjualan melakukan konfirmasi ulang dan menerima DP untuk kemudian meneruskan ke admin keuangan. Pekerja akan menuju lokasi yang telah diberikan pelanggan dengan alat dan bahan yang dibutuhkan selama renovasi, pekerja melakukan proses renovasi hingga selesai kemudian melaporkan ke admin keuangan untuk mencatat pembayaran. Dalam pekerja melakukan proses renovasi hingga selesai terdapat *fail point*, pelanggan ketika menunggu proses renovasi kemungkinan mendapatkan hasil yang salah dalam pembuatan pengerjaan, untuk mengatasi hal tersebut jasa renovasi bangunan akan melakukan proses perbaikan ulang.

5. *Line of visibility*

Line Of Visibility adalah garis yang memisahkan antara aktivitas dari pelayanan yang terlihat dan aktivitas dari pelayanan yang tidak terlihat oleh pelanggan. serta garis ini merupakan garis pemisah antara *frontstage action* dan *backstage action*.

6. *Backstage*

Backstage merupakan langkah-langkah atau pelayanan yang bersifat dibelakang layar yang gunanya untuk mendukung *frontstage*. Pada area ini, unit yang terlibat adalah admin dan pekerja. Admin keuangan akan membuat *invoice*, Admin keuangan menerima DP serta mengatur jadwal dan mengkonfirmasi kepada para pekerja sekaligus penyedia alat konstruksi. Setelah itu pekerja menyiapkan pesanan dan membawa alat serta bahan yang diperlukan, saat pekerjaan selesai pekerja akan memberitahu admin dan mengembalikan alat kemudian admin melakukan pembayaran. Terakhir admin keuangan akan menyerahkan *invoice* untuk pelanggan segera melakukan pelunasan.

7. *Support Process*

Support Process biasanya dilakukan untuk memberikan dukungan pada unit bisnis yang berjalan. Pada area ini setelah admin keuangan melakukan pencatatan pesanan dan merekap pada mesin kasir kemudian memberitahukan pesanan kepada penyedia alat konstruksi untuk menyiapkan alat, saat pekerjaan selesai penyedia alat akan menerima pengembalian alat dan pembayarannya. Sedangkan proses pendukung sisanya lebih ke perawatan alat dan bahan serta memastikan semua berjalan dengan lancar sesuai prosedur yang telah dibuat dan ditetapkan.

5.3. *Test*

Test merupakan tahapan terakhir dalam metode *design thinking*. Dalam tahapan tersebut bertujuan untuk mengetahui *prototype* yang sudah dirancang apakah sudah layak atau belum layak. Pada tahapan ini, akan dilakukan uji coba pada *prototype* yang sudah dibuat yaitu *service blueprint* dengan menggunakan *system*

usability scale dengan memberikan *link* kuesioner dan skala pengujian *prototype* kepada calon responden yaitu *expert* TB. Kawan Baru. Berikut merupakan profil dari responden:

Tabel 5. 1 Data Diri Responden *Test*

No.	Nama	Umur	Jabatan
1.	Achmad Munif	53	Owner
2.	Iqbal	25	Penjualan
3.	Ida Haryanti	51	Keuangan

Pada penyusunan kuesioner mengikuti pertanyaan dari jurnal test SUS yang berdasarkan (Sembodo et al., 2021) yang berisikan 10 komponen pertanyaan dengan kalimat dimodifikasi untuk keperluan penelitian (lihat tabel 3.2 Komponen Kuesioner SUS). Responden diberikan pilihan skala *likert* 1-5, nilai 1 berarti sangat tidak setuju dan 5 berarti sangat setuju dengan pertanyaan tersebut. Kuesioner dibagikan kepada responden dan didapatkan hasil tanggapan dari 3 responden sebagai berikut:

Pilihan skala *likert*:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Tabel 5. 2 Hasil tanggapan calon pengguna

No.	Nama	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
1	Achmad Munif	5	2	4	3	4	2	5	1	3	5
2	Iqbal	4	2	4	3	5	2	4	2	4	3
3	Ida Haryanti	5	2	3	3	4	2	3	2	3	3

Setiap pertanyaan pengujian kuesioner SUS menghasilkan nilai rata-rata yang kemudian akan dihitung dengan rumus yang telah ditentukan untuk mendapatkan skor SUS. Hasil dari nilai rata-rata dapat dilihat pada tabel 5. 3.

Tabel 5. 3 Nilai rata-rata pertanyaan SUS

No.	Pertanyaan	Rata-rata
1.	Saya berpikir akan menerapkan layanan jasa ini.	4,7
2.	Saya merasa layanan jasa ini rumit untuk diterapkan.	2
3.	Saya merasa layanan jasa ini mudah untuk diterapkan.	3,7
4.	Saya membutuhkan bantuan dari orang lain dalam menerapkan layanan jasa ini.	3
5.	Saya merasa layanan jasa ini terealisasi dengan semestinya	4,3
6.	Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak berjalan dengan semestinya)	2
7.	Saya merasa orang lain akan mudah memahami cara menggunakan layanan jasa ini.	4
8.	Saya merasa layanan jasa ini membingungkan.	1,7
9.	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menerapkan layanan jasa ini.	3,3
10.	Saya perlu mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum menerapkan layanan jasa ini.	3,7

$$\begin{aligned} \text{Skor SUS} &= ((4,7-1) + (5-2) + (3,7-1) + (5-3) + (4,3-1) + (5-2) + (4-1) + (5-1,7) + \\ &\quad (3,3-1) + (5-3,7)) * 2,5 \\ &= 69,2 \end{aligned}$$

Untuk mendapatkan nilai SUS, hasil dari nilai rata-rata setiap pertanyaan nomor ganjil dikurangi dengan 1 poin dan 5 poin dikurangi dengan hasil nilai rata-rata setiap pertanyaan nomor genap. Kemudian nilai pertanyaan nomor ganjil dan genap dijumlahkan lalu hasil jumlah tersebut dikalikan dengan poin 2,5. Maka, dari hasil perhitungan yang sudah dilakukan didapatkan skor SUS sebesar 69,2.

Nilai 69,2 termasuk dalam kategori Bagus yang berarti dalam prototype inovasi layanan baru sudah bagus untuk diterapkan pada TB. Kawan Baru. Dengan hasil pendapat responden bahwa layanan ini akan terealisasi dengan semestinya serta tidak rumit untuk diterapkan. Hal tersebut membuat TB. Kawan Baru tertarik untuk menerapkan dalam bisnisnya agar supaya dapat unggul dalam bersaing dengan kompetitor yang muncul semakin banyak.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan yang didapatkan:

1. Penerapan *Design Thinking* dalam membangun model bisnis dan operasionalisasi layanan inovasi baru pada toko bangunan Kawan Baru yaitu dengan *Service-Dominant Business Model/Radar* (SDBM/R) yang memberikan *value* berupa mengetahui siapa saja yang terlibat dalam bisnis layanan baru jasa renovasi bangunan yang terdiri atas 3 aktor yaitu unit pelanggan, TB. Kawan Baru dan penyedia alat konstruksi. Dengan menerapkan *Design Thinking* ini dapat menciptakan produk sesuai dengan harapan responden melalui tahapan *empathy, define, ideate, prototype* dan *test*. Responden menginginkan layanan jasa renovasi bangunan yang memiliki biaya terjangkau, kualitas bahan baku yang baik, konsep sesuai dengan yang diharapkan serta pelayanan yang *responsive*. Dari hasil harapan responden tersebut didapatkan produk *prototype* berupa *service blueprint* yang sudah disesuaikan dan telah diuji dengan metode *system usability scale*.
2. Hasil rancangan model bisnis layanan inovasi baru pada toko bangunan berupa produk *service blueprint* yang telah diuji dengan metode *system usability scale*. Berikut adalah penilaian *expert* dari *service blueprint* yang telah didesain:
 - a. Dari pengujian tersebut didapatkan hasil nilai 69,2 atau termasuk dalam kategori Bagus. Hal ini menunjukkan bahwa *service blueprint* layanan inovasi baru jasa renovasi bangunan layak diterapkan pada toko bangunan Kawan Baru agar dapat menciptakan keunggulan bersaing dalam bisnis.

- b. TB. Kawan Baru berpendapat operasi *service blueprint* layanan inovasi baru jasa renovasi bangunan akan terealisasi dengan semestinya serta tidak rumit untuk diterapkan. Maka dari itu, TB. Kawan baru tertarik untuk menggunakan sistem layanan jasa renovasi bangunan yang telah didesain.

6.2 Saran

Berikut merupakan saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Toko Bangunan “Kawan Baru”

Toko Bangunan “Kawan Baru” disarankan untuk dapat mengaplikasikan operasi layanan usulan yang dibuat dengan pendekatan *Design Thinking* pada penelitian ini agar model operasi layanan inovasi baru lebih tergambar dengan jelas sehingga masalah atau hambatan yang muncul diharapkan dapat teratasi.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
 - a. Membuatkan SOP *service blueprint* dalam pelayanan pelanggan yang sesuai.
 - b. Mengembangkan ide model bisnis layanan inovasi baru dalam bentuk aplikasi digital nyata dengan pengaplikasian yang mudah.
 - c. Memberikan solusi jika terjadinya masalah atau hambatan waktu saat proses pengerjaan renovasi.
 - d. Dalam tahap *test* (pengujian) terhadap model bisnis yang dibangun dapat melakukan evaluasi dengan menggunakan metode penilain lain dengan menambahkan jumlah responden lebih banyak lagi dan dengan hasil yang lebih mendetail.

DAFTAR PUSTAKA

- Aebi, M., Giger, J., Plattner, B., Metzke, C. W., & Steinhausen, H. C. (2014). Problem coping skills, psychosocial adversities and mental health problems in children and adolescents as predictors of criminal outcomes in young adulthood. *European Child and Adolescent Psychiatry*, 23(5), 283–293. <https://doi.org/10.1007/s00787-013-0458-y>
- Aland Saputra, T. (2016). Implementasi Design Thinking Dalam Membangun Inovasi Model Bisnis Perusahaan Percetakan. *Agora*, 4(1), 1–12.
- Arifin, M. D. (2020). Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Toko Bangunan Menggunakan Metode Service Quality (Servqual), Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Indeks (CSI). *Liquid Crystals*, 21(1), 1–17.
- Azzine Shiratori, E. K., Hofmann Trevisan, A., & Mascarenhas, J. (2021). The customer journey in a product-service system business model. *Procedia CIRP*, 100, 313–318. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2021.05.072>
- Barrett, M., Davidson, E., Prabhu, J., & Vargo, S. L. (2015). Service innovation in the digital age: Key contributions and future directions. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 39(1), 135–154. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2015/39:1.03>
- Bratsberg, H. M. (2012). Empathy Maps of the Four Sight Preferences. *International Center for Studies in Creativity*, 176.
- Brenner, W., & Uebernickel, F. (2016). Design thinking for innovation: Research and practice. *Design Thinking for Innovation: Research and Practice*, February, 1–219. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-26100-3>
- D.school. (2013). Bootcamp Bootleg. *Hasso Plattner: Institute of Design at Stanford*.
- Dalton, J., & Kahute, T. (2016). Why Empathy and Customer Closeness is

- Crucial for Design Thinking. *Design Management Review*, 27(2), 20–27.
<https://doi.org/10.1111/drev.12004>
- Doorley, S., Holcomb, S., Klebahn, P., Segovia, K., & Utley, J. (2018). *Design Thinking Bootleg*.
- Halim, F. I. (2020). *Implementasi Pendekatan Design Thinking pada Startup Ayosparring*.
- Hehn, J., Uebernickel, F., & Herterich, M. (2018). Design thinking methods for service innovation - A Delphi study -. *Proceedings of the 22nd Pacific Asia Conference on Information Systems - Opportunities and Challenges for the Digitized Society: Are We Ready?, PACIS 2018, June 2021*.
- Kalbach, J. (2015). *Mapping Experiences*. 250.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1* (Issue 658. 8).
- Kurniawan, R., Hasibuan, S., & Nugroho, R. E. (2017). Kurniawan At All 252 – 266 MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume VII, No. 2, Juni 2017. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, VII(2), 252–266.
- Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1–11.
<https://doi.org/10.35138/organum.v2i1.51>
- Lee, K., Ashton, M. C., Pozzebon, J. A., Visser, B. A., Bourdage, J. S., & Ogunfowora, B. (2009). Similarity and Assumed Similarity in Personality Reports of Well-Acquainted Persons. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(2), 460–472. <https://doi.org/10.1037/a0014059>
- Lemeshow, S., Jr, D. W. H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (n.d.). *Stanley Lemeshow, David W Hosmer Jr, Janelle Klar, and Stephen K. Lwanga*.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
<https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>

- Madanih, R., Susandi, M., & Zhafira, A. (2019). Penerapan Design Thinking Pada Usaha Pengembangan Budi Daya Ikan Lele Di Desa Pabuaran, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(1), 55–64. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.1.55-64>
- Maglio, P. P. (2015). Smart service systems, human-centered service systems, and the mission of service science. *Service Science*, 7(2), ii–iii. <https://doi.org/10.1287/serv.2015.0100>
- Marquez, J., & Downey, A. (2015). Service Design: An Introduction to a Holistic Assessment Methodology of Library Services. *Weave: Journal of Library User Experience*, 1(2). <https://doi.org/10.3998/weave.12535642.0001.201>
- Moleong, L. J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Ningsih, M., & Muzakir, A. (2021). Mengevaluasi User Interface Untuk Meningkatkan User Experience (Ux) Menggunakan Metode System Usability Scale (Sus). *Bina Darma Conference on Computer Science*, 365–374.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). Book Review: Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 15(2), 137–138. <https://doi.org/10.5367/ije.2014.0149>
- Ot, A., Reina, J., Russi, M., & Becerra, I. (2010). *This Is Design*.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Resmawati, R., & Sisilia, K. (2021). Analysis of Business Model At Pt Soka Cipta Niaga Bandung Into the Canvas Business Model Using Empathy Maps. *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.31104/jsab.v5i1.173>
- Ryu, D. H., Lim, C., & Kim, K. J. (2020). Development of a service blueprint for

the online-to-offline integration in service. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54(July), 101944.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101944>

Sanjaya, M. R., Saputra, A., & Kurniawan, D. (2021). Penerapan Metode System Usability Scale (Sus) Perangkat Lunak Daftar Hadir Di Pondok Pesantren Miftahul Jannah Berbasis Website. *Jurnal Komputer Terapan*, 7(Vol. 7 No. 1 (2021)), 120–132. <https://doi.org/10.35143/jkt.v7i1.4578>

Sembodo, F. G., Fitriana, G. F., & Prasetyo, N. A. (2021). Evaluasi Usability Website Shopee Menggunakan System Usability Scale (SUS). *Journal of Applied Informatics and Computing*, 5(2), 146–150.
<https://doi.org/10.30871/jaic.v5i2.3293>

Setiawan, M. S. (2021). Analisis Tingkat Usabilitas Menggunakan Metode Performance Measurement dan System Usability Scale (SUS) pada Aplikasi E-commerce Indomaret dan Alfamart. *Seminar Nasional Teknik Dan Manajemen Industri*, 1(1), 299–306.
<https://doi.org/10.28932/sentekmi2021.v1i1.46>

Setiyawati, A. (2009). *Studi kepuasan pelanggan untuk mencapai loyalitas pelanggan*. 1–83.

Setyo Prayoga, R. A. (2022). Pemodelan proses bisnis coffee shop menggunakan business model canvas dan empathy map. *Journal Industrial Servicess*, 7(2), 308. <https://doi.org/10.36055/jiss.v7i2.14419>

Shostack, G. L. (1984). Designing Services that deliver. *Harvard Business Review*. *Harvard Business Review*, 62(January), 133–139.

Sunyoto, D., & Admojo, T. (2015). *Manajemen Bisnis Ritel : Teori, Praktek, dan Kasus Ritel*.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2013). *Service, Quality Dan Satisfaction Edisi 3*. Penerbit Andi.

Turetken, O., & Grefen, P. W. P. J. (2017). *Designing Service-Dominant Business Models DESIGNING SERVICE-DOMINANT BUSINESS MODELS*. May.

- Uebernicketel, F., Brenner, W., Pukall, B., Naef, T., & Schindholzer, B. (2015). Design Thinking: Das Handbuch. *Frankfurt: Frankfurter Allgemeine Buch*, 206.
- Widianti, T. (2016). Standar Pengukuran Implementasi 5S Pada Kelompok Penelitian Di Lembaga Penelitian XYZ. *Jurnal Teknologi*, 1(November 2015), 12–13.
- Zatar, A., Katili, P. B., & Suparno. (2016). *Penentuan Kriteria Kualitatif Penentu Dalam Pemilihan Objek Audit Internal Menggunakan Metode Delphi (Studi Kasus: Dana Pensiun PT. X)*. 1–6.

LAMPIRAN

A-Lampiran Kuesioner *Empathy Map* Responden

<h3>KUESIONER EMPATHY MAP (TOKO BANGUNAN)</h3> <p>Kuesioner Penelitian Tugas Akhir Skripsi</p> <p>Assalamualaikum Wt. Wb.</p> <p>Perkenalkan nama saya Syauqi Taufiqurrohman NIM (18522351) mahasiswa jurusan Teknik Industri angkatan 2018 Universitas Islam Indonesia. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian dengan judul "Pengembangan Layanan Inovasi Terbaru Untuk Memberikan Keunggulan Bersaing Dengan Menggunakan Metode Design Thinking" studi kasus di TB Kawan Baru Demak.</p> <p>TB Kawan Baru berencana akan mengembangkan usahanya dalam bidang layanan jasa. Pengembangan usaha TB Kawan Baru berupa rancangan layanan inovasi terbaru berdasarkan design thinking. Dengan adanya hal tersebut akan dilakukan pengumpulan data yang digunakan untuk mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh calon pelanggan layanan jasa TB Kawan Baru Demak.</p> <p>Oleh karena itu, saya selaku peneliti memohon bantuan dan ketersediaan waktunya kepada anda untuk mengisi kuesioner ini. Atas ketersediaan anda untuk membantu mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terimakasih.</p> <p>syauqitr90@gmail.com (tidak dibagikan) Ganti akun</p> <p>* Wajib</p>	<p>Nama *</p> <p>Jawaban Anda</p> <hr/>
	<p>Jenis Kelamin *</p> <p><input type="radio"/> Laki-laki</p> <p><input type="radio"/> Perempuan</p>
	<p>Umur *</p> <p><input type="radio"/> <23 Tahun</p> <p><input type="radio"/> 23 - 30 Tahun</p> <p><input type="radio"/> 30 - 40 Tahun</p> <p><input type="radio"/> 40 - 50 Tahun</p> <p><input type="radio"/> >50 Tahun</p>
<p>Pekerjaan *</p> <p><input type="radio"/> Karyawan/Pegawai Swasta</p> <p><input type="radio"/> Wiraswasta</p> <p><input type="radio"/> PNS/TNI/Polisi</p> <p><input type="radio"/> Akademisi (Dosen, Guru dsb)</p> <p><input type="radio"/> Yang lain: _____</p>	<h3>Kuesioner Empathy Map (Pengalaman Menggunakan Jasa Renovasi Bangunan)</h3> <p>PENTING!!!</p> <p>Pada bagian ini Anda akan diminta untuk menjawab pertanyaan terkait preferensi pelayanan toko bangunan mengenai jasa tukang bangunan. Jasa tukang bangunan meliputi (Tukang, Konsultan, Desain Arsitek) merupakan jasa untuk mempermudah pekerjaan konstruksi bangunan dan lebih memahami suatu wawasan atau pengetahuan baik bahan material maupun teknik pengerjaan.</p> <p>Silakan Jawab Pertanyaan Dibawah Ini!</p> <p>Diharapkan memberikan jawaban yang sesuai dengan apa yang Anda rasakan.</p>
<p>Pendapatan/Gaji Perbulan *</p> <p><input type="radio"/> <Rp 2.000.000</p> <p><input type="radio"/> Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000</p> <p><input type="radio"/> Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000</p> <p><input type="radio"/> Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000</p> <p><input type="radio"/> >Rp 15.000.000</p>	<p>(See) *</p> <p>Seperti apa kelihatannya layanan jasa renovasi bangunan yang pernah anda lihat?</p> <p>Jawaban Anda</p> <hr/>
<p>Sedang membangun/merenovasi bangunan? *</p> <p><input type="radio"/> Ya</p> <p><input type="radio"/> Tidak</p>	<p>(Hear) *</p> <p>Apa yang anda dengar tentang layanan jasa renovasi bangunan yang sudah ada?</p> <p>Jawaban Anda</p> <hr/>

(Say and Do) *

Apa saja yang dapat menyebabkan terjadinya kekurangan dalam layanan jasa renovasi bangunan yang pernah anda gunakan sebelumnya dan apa yang perlu dilakukan untuk dapat memperbaiki kekurangan tersebut?

Jawaban Anda

(Pain) *

Berdasarkan pengalaman anda hal apa saja yang paling menyebalkan ketika menggunakan layanan jasa renovasi bangunan sebelumnya?

Jawaban Anda

(Gain) *

Apa yang membuat jasa renovasi bangunan menjadi jasa layanan menarik dan banyak dicari?

Jawaban Anda

Kembali Berikutnya Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

(Hear) *

Bagaimana kedengarannya jika toko bangunan menerapkan tambahan layanan jasa renovasi bangunan?

Jawaban Anda

(Think and Feel) *

Bagi anda apakah layanan jasa renovasi bangunan pada suatu toko bangunan bisa dipercaya atau tidak?

Jawaban Anda

(Say and Do) *

Apa saja yang bisa menjadi kekurangan jika suatu toko bangunan menerapkan layanan jasa renovasi bangunan dan apa yang perlu dilakukan untuk dapat memperbaiki kekurangan tersebut?

Jawaban Anda

Kuesioner Empathy Map (Pendapat tentang Jasa Renovasi Bangunan Pada Toko Bangunan)

PENTING!!!

Pada bagian ini Anda akan diminta untuk menjawab pertanyaan terkait preferensi pelayanan toko bangunan mengenai jasa renovasi bangunan. Jasa renovasi bangunan meliputi (Tukang,Konsultan,Desain Arsitek) merupakan jasa untuk mempermudah pekerjaan membangun atau sekedar renovasi serta lebih memahami suatu wawasan atau pengetahuan baik bahan material maupun teknik pengerjaan.

Silakan Jawab Pertanyaan Di bawah Ini!
Diharapkan memberikan jawaban yang sesuai dengan apa yang Anda rasakan.

(See) *

Bagaimana kelihatannya jika layanan jasa renovasi bangunan diterapkan pada suatu toko bangunan?

Jawaban Anda

(Pain) *

Berdasarkan pendapat anda resiko apa saja yang ditakuti ketika ingin menggunakan layanan jasa renovasi bangunan pada suatu toko bangunan?

Jawaban Anda

(Gain) *

Menurut anda layanan jasa renovasi bangunan seperti apa yang bisa dikatakan sukses pada suatu toko bangunan?

Jawaban Anda

Kembali Kirim Kosongkan formulir

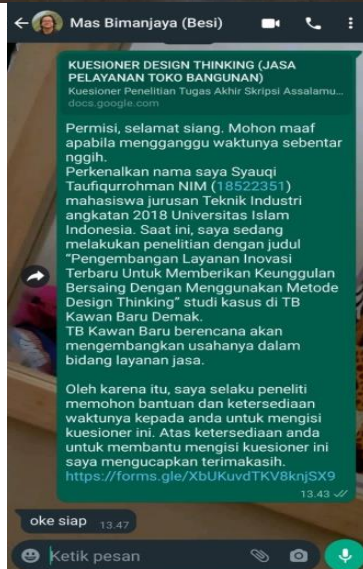
Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

B-Lampiran Data Responden *Empathy Map*

2	Nana	Jenis Kelamin	Umr	Pekerjaan	Pendapatan/Gaji Perbulan	Sedang membangun/menerenovasi bangunan?
3	Muhamad aini yakin	Laki-laki	23 - 30 Tahun	BUMN	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Tidak
4	Naura adkka	Perempuan	23 - 30 Tahun	Ibu rumah tangga	<Rp 2.000.000	Ya
5	MIFTAH FARID ASSAKHI	Laki-laki	23 - 30 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
6	Didin	Laki-laki	<23 Tahun	Wiraswasta	<Rp 2.000.000	Tidak
7	Niaming Nur Jannah	Perempuan	40 - 50 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
8	Rosyidi	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	<Rp 2.000.000	Ya
9	Takdir Edy Ichwanto	Laki-laki	40 - 50 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
10	Sarifah Anna Noorjanah	Perempuan	30 - 40 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
11	Abas Muzazi	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
12	Alif Vaiz Wardana	Laki-laki	23 - 30 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Tidak
13	Alda	Perempuan	<23 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
14	Anas nor rahman	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Tidak
15	Nida R	Perempuan	<23 Tahun	Rakyat biasa	<Rp 2.000.000	Tidak
16	Sisi	Perempuan	<23 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	<Rp 2.000.000	Tidak
17	Muhammad waldan mubarak	Laki-laki	<23 Tahun	Mahasiswa	<Rp 2.000.000	Tidak
18	Luhung Nugroho Aji	Laki-laki	<23 Tahun	Usaha	<Rp 2.000.000	Tidak
19	Bayu Agus Tri Tunggal	Laki-laki	23 - 30 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 5.000.000 - Rp 15.000.000	Ya
20	Sapato	Laki-laki	>50 Tahun	Wiraswasta	>Rp 15.000.000	Tidak
21	Udy Rahayuningsih	Perempuan	40 - 50 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
22	i	Perempuan	<23 Tahun	mahasiswa	<Rp 2.000.000	Tidak
23	alhabib	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
24	tommy E. saputra	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	>Rp 15.000.000	Tidak
25	Bagus adi	Laki-laki	<23 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Ya
26	Yoga	Laki-laki	<23 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Tidak
27	FERA DWI SAPUTRI	Perempuan	<23 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
28	Ahham Nashiruddin Hakim	Laki-laki	<23 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	<Rp 2.000.000	Tidak
29	Yan	Laki-laki	<23 Tahun	PNS/TNI/Polisi	<Rp 2.000.000	Ya
30	Nafs Fajral Falah	Laki-laki	<23 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
31	Dony	Laki-laki	<23 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
32	Septin Kurniawati	Perempuan	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	<Rp 2.000.000	Tidak
33	Fritrin	Laki-laki	<23 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
34	Loko Wahyu	Laki-laki	30 - 40 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
35	Joni	Laki-laki	<23 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	<Rp 2.000.000	Tidak
36	Tsabitah Aqla Husna	Perempuan	<23 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
37	Himawan Bagus Arifanto	Laki-laki	<23 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	<Rp 2.000.000	Tidak
38	Wardah Azharani	Perempuan	<23 Tahun	Mahasiswa	<Rp 2.000.000	Tidak
39	Wahyu	Laki-laki	<23 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
40	Eisling	Perempuan	30 - 40 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
41	Maidis	Laki-laki	30 - 40 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
42	Dwik	Laki-laki	30 - 40 Tahun	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
43	Santono	Laki-laki	40 - 50 Tahun	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
44	Artanti	Perempuan	30 - 40 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
45	Artawan Sinopati	Perempuan	40 - 50 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
46	Nur Aini	Perempuan	30 - 40 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
47	Arya Yuvana	Laki-laki	40 - 50 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
48	Rahmah Saftri	Perempuan	40 - 50 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
49	Agus Setiawan	Laki-laki	40 - 50 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Tidak
50	Yulidi	Laki-laki	40 - 50 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
51	Cahyaningrum	Perempuan	30 - 40 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
52	Sulistiyawati	Perempuan	40 - 50 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
53	Samsano	Laki-laki	40 - 50 Tahun	PNS/TNI/Polisi	>Rp 15.000.000	Ya
54	Edy Susanto	Laki-laki	>50 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Ya
55	Wahyu jalaludin	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
56	Munir	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
57	Al	Laki-laki	<23 Tahun	Pelajar	<Rp 2.000.000	Tidak
58	Yuliana	Perempuan	30 - 40 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
59	Bangkit Panbudhi	Laki-laki	30 - 40 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
60	Tutik Widyati	Perempuan	40 - 50 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Ya
61	Nurul Rahmanis	Perempuan	30 - 40 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
62	Bagus Yudha	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
63	Geis Fitriyani	Perempuan	40 - 50 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
64	Indah Nur Hikmah	Perempuan	23 - 30 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
65	Syarif Mahmud Jalsari	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
66	Sai Fatimah	Perempuan	40 - 50 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
67	Anton Pratama	Laki-laki	30 - 40 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Ya
68	Agung Mulyadi	Laki-laki	30 - 40 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Ya
69	Sutarso	Laki-laki	>50 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
70	Andi Gunawan	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	>Rp 15.000.000	Ya
71	Sukma	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Ya
72	Dodik Setiawan	Laki-laki	40 - 50 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
73	Waskito	Laki-laki	30 - 40 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
74	Teguh Bardjito	Laki-laki	>50 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
75	Supratman	Laki-laki	30 - 40 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Ya
76	Andhika Saputra	Laki-laki	30 - 40 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Ya
77	Feri Satria	Laki-laki	30 - 40 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
78	Teddy Kurniawan	Laki-laki	23 - 30 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
79	Aisyah Nur Fitriani	Perempuan	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
80	Fatmawati	Perempuan	30 - 40 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Ya
81	Arif Muzawar	Laki-laki	40 - 50 Tahun	Wiraswasta	>Rp 15.000.000	Ya
82	Muhammad Fathurrahman Amier	Laki-laki	<23 Tahun	Mahasiswa	<Rp 2.000.000	Tidak
83	Rizqi Akbar	Laki-laki	<23 Tahun	Mahasiswa	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
84	Bimanajaya Aji Kristmawan	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
85	Friska	Perempuan	23 - 30 Tahun	Mahasiswa	<Rp 2.000.000	Tidak
86	H. Sujimin	Laki-laki	>50 Tahun	Petani	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
87	Amamat	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
88	Yudha Ade Prakoso	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Mahasiswa	<Rp 2.000.000	Tidak
89	Wahyu Budi Wibowo	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
90	Subar	Laki-laki	40 - 50 Tahun	Wiraswasta	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Ya
91	Jenny Darwoel	Laki-laki	30 - 40 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 8.000.000 - Rp 15.000.000	Tidak
92	Jari	Laki-laki	>50 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
93	Fabri Danianto	Laki-laki	<23 Tahun	Mahasiswa	<Rp 2.000.000	Tidak
94	Dian puspiita	Perempuan	30 - 40 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
95	Ardi Suwardi	Laki-laki	40 - 50 Tahun	Wiraswasta	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
96	Tri Estiana	Perempuan	30 - 40 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
97	Singgih Iskandar	Laki-laki	40 - 50 Tahun	PNS/TNI/Polisi	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya
98	Dita Gayatri	Perempuan	30 - 40 Tahun	Akademisi (Dosen, Guru dsb)	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
99	Sudman	Laki-laki	>50 Tahun	Tukang becak	<Rp 2.000.000	Tidak
100	Doni	Laki-laki	30 - 40 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
101	Muh	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Tidak
102	Budi	Laki-laki	23 - 30 Tahun	Karyawan/Pegawai Swasta	Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	Ya
103	Akbar	Laki-laki	<23 Tahun	Pelajar	<Rp 2.000.000	Tidak
104	Juhan	Laki-laki	<23 Tahun	Pelajar	<Rp 2.000.000	Tidak
105	Echa	Perempuan	23 - 30 Tahun	Mahasiswa	Rp 5.000.000 - Rp 8.000.000	Ya

C-Lampiran Foto Responden *Chat* Responden



D-Lampiran zoom dengan responden menggunakan metode *Delphi* dalam pengisian

No.	Berikan penilaian anda tentang apa yang penting dalam sebuah layanan jasa renovasi bangunan dari apa yang ditengar oleh responden tentang layanan jasa renovasi bangunan yang sudah ada	Royid	Sarifah	Anas	Bayu	Fera	Alda	Jumlah
1	(B206) Pelayanan yang lebih cepat, responsive, dan jika terdapat perubahan							0
2	(B104) Harga yang bersahabat dan pengerjaan cepat							0
3	(B202) Membantu konsultan dan mengantisipasi toko							0
4	(B208) Takang lebih memuaskan material							0
5	(B205) Kemudahan proses pembanguan melalui diskusi dengan penilik toko bangunan							0
6	(B111) Hasil yang bagus dan rapi							0
7	(B100) Layanan jasa renovasi tidak terat waktu							0

No.	Berikan penilaian anda tentang apa yang penting dalam sebuah layanan jasa renovasi bangunan dari apa yang ditengar oleh responden tentang layanan jasa renovasi bangunan yang sudah ada	Royid	Sarifah	Anas	Bayu	Fera	Alda	Jumlah
1	(A204) Menjamin kualitas hasil pekerjaan dan pemilik toko							0
2	(A101) Tersedia layanan penyedia jasa kurang terpacu							0
3	(A203) Lebih efektif dan efisien							0
4	(A105) Diperlukan informasi dan kepastian dalam pengerjaan							0
5	(A100) Interaksi yang ramah dan terarah							0

E-Lampiran kuesioner *test* SUS

KUESIONER TEST SERVICE BLUEPRINT

Kuesioner Penelitian Tugas Akhir Skripsi
Assalamualaikum Wr.Wb perkenalkan saya Syaqui Taufiqurrohman (18522351) mahasiswa UII jurusan Teknik Industri Angkatan 2018. Saya sedang menyusun Tugas Akhir mata kuliah terakhir semester 8. Dalam Tugas Akhir ini saya melakukan penelitian tentang "Pengembangan Layanan Inovasi Terbaru Untuk Memberikan Keunggulan Bersaing Dengan Menggunakan Metode *Design Thinking* (Studi Kasus TB Kawan Baru Demak)", TB. Kawan Baru Demak berencana ingin membuat inovasi layanan jasa baru yaitu Jasa Renovasi Bangunan dengan basis *Design Thinking*. Layanan renovasi bangunan ini merupakan layanan yang digunakan untuk membantu atau mempermudah suatu pekerjaan pembangunan sekaligus mendapatkan bahan bangunannya. Dengan adanya hal tersebut maka akan dilakukan pengumpulan data yang digunakan untuk mengetahui apakah layanan yang akan disusun dapat diterapkan oleh TB. Kawan Baru Demak. Saya selaku peneliti mengharapkan waktu dan bantuannya kepada anda untuk dapat mengisi pertanyaan yang ada pada kuesioner. Atas ketersediaan anda dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih

Beri tanda pada kolom skala linkert dalam melakukan pengisian kuesioner dibawah.
Keterangan skala likert:
1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

✉ 18522351@students.uui.ac.id (tidak dibagikan) [Ganti akun](#)

* Wajib

Saya merasa layanan jasa ini rumit untuk diterapkan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa layanan jasa ini mudah untuk diterapkan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya membutuhkan bantuan dari orang lain dalam menerapkan layanan jasa ini. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa layanan jasa ini membingungkan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa tidak ada hambatan dalam menerapkan layanan jasa ini. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya perlu mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum menerapkan layanan jasa ini. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Nama *

Jawaban Anda _____

Umur (Angka) *

Jawaban Anda _____

Jabatan *

Jawaban Anda _____

Saya berpikir akan menerapkan layanan jasa ini. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa layanan jasa ini terealisasi dengan semestinya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Saya merasa ada banyak hal yang tidak konsisten (tidak berjalan dengan semestinya) *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

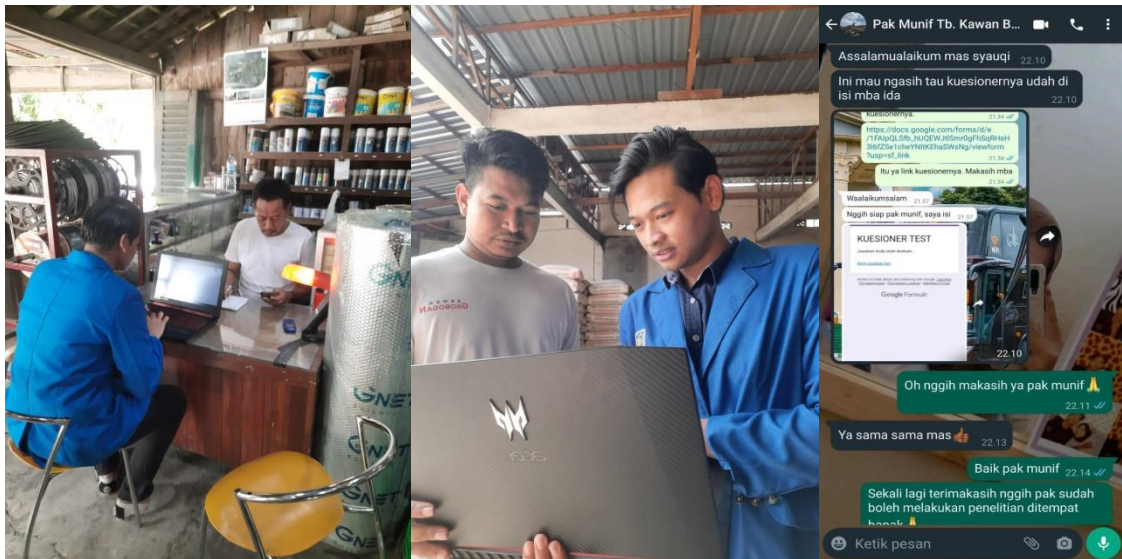
Saya merasa orang lain akan mudah memahami cara menggunakan layanan jasa ini.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Kirim Kosongkan formulir

F-Lampiran pada *Expert TB. Kawan Baru*



G-Lampiran Bimbingan

The screenshot shows a Zoom meeting window with a shared screen. The shared screen displays a document titled "Bab IV-V (8 September 2022)". The document content includes:

10. Saya perlu mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum menerapkan layanan jasa ini. 3,7

$$\text{Skor SUS} = ((4,7-1) + (5-2) + (3,7-1) + (5-3) + (4,3-1) + (5-2) + (4-1) + (5-1,7) + (3,3-1) + (5-3,7)) \cdot 2,5$$

$$= 69,2$$

Untuk mendapatkan nilai SUS, hasil dari nilai rata-rata setiap pertanyaan nomor ganjil dikurangi dengan 1 poin dan 5 poin dikurangi dengan hasil nilai rata-rata setiap pertanyaan nomor genap. Kemudian nilai pertanyaan nomor ganjil dan genap dijumlahkan lalu hasil jumlah tersebut dikalikan dengan poin 2,5. Maka, dari hasil perhitungan yang sudah dilakukan didapatkan skor SUS sebesar 69,2.

Nilai 69,2 termasuk dalam kategori Bagus yang berarti dalam prototype

H-Lampiran Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara

Pewawancara : Syauqi Taufiqurrohman

Responden : Owner atau pemilik TB. Kawan Baru

Lokasi & waktu : Dilakukan di lokasi TB.Kawan Baru, 9 April 2022 Pukul
11.00 WIB

Pewawancara : Tolong jelaskan mengenai usaha toko yang bapak miliki.

Responden : Usaha toko saya termasuk ritel, khususnya toko yang menyediakan bahan material bangunan. Mulai dari properti alat bangunan sampai bahan materialnya.

Pewawancara : Dari tahun kapan Toko Bangunan bapak berdiri?

Responden : Dari tahun 1996

Pewawancara : Bagaimana sistem layanan yang disediakan pada toko bapak?

Responden : Ada 2 sistem, pertama pengiriman memakai truk untuk pesanan dengan jumlah banyak dan yang kedua bisa memesan via media telepon.

Pewawancara : Apakah dari tahun berdirinya TB.Kawan Baru ini sampai sekarang muncul banyak pesaing pak, ada berapa saja menurut bapak dan apa alasannya?

Responden : Sampai saat ini sudah mulai banyak pesaing, menurut saya pribadi ada 4 yaitu TB Setia Kawan Mintreng, TB Anugerah, TB Gunung Mas dan TB Raja Murah. Alasannya ya karena mendirikan toko ritel yang basicnya sama serta lumayan dekat dengan lokasi toko saya.

Pewawancara : Adakah rencana untuk mengembangkan bisnis usaha toko bapak?

Responden : Ada, saya ingin mengembangkan toko saya agar memiliki perbedaan dengan toko bangunan yang lain atau kompetitor.