

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Layanan jasa titip, atau yang lebih dikenal dengan istilah “jastip,” kini jadi salah satu tren yang berkembang pesat di Indonesia, seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat. Jastip pada dasarnya adalah layanan di mana seseorang membantu membelikan barang atas permintaan konsumen, biasanya dengan tambahan biaya jasa. Berbeda dengan e-commerce yang menawarkan produk dari stok yang sudah ada, Menurut Loudon proses yang digambarkan melibatkan pelaksanaan transaksi pembelian dan penjualan yang dilakukan antara penjual dan pembeli dari perusahaan yang berbeda melalui sarana elektronik, menggunakan komputer sebagai perantara untuk transaksi (Loudon, 1998). jastip memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memesan barang spesifik yang mungkin tidak tersedia di platform online. Keunggulan utama jastip terletak pada fleksibilitas dan kepercayaan antara penyedia jasa dan konsumen. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2021), penggunaan internet tidak hanya untuk komunikasi, tetapi juga untuk transaksi online, termasuk pengadaan barang, yang semakin populer di kalangan masyarakat urban, termasuk mahasiswa.

Namun, layanan jastip tidak luput dari masalah. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan akses ke platform digital yang terjangkau dan fleksibel, terutama untuk mahasiswa dengan anggaran terbatas. Banyak jasa titip yang ada saat ini mengandalkan platform seperti media sosial atau aplikasi pengiriman seperti GoSend, GrabExpress, dan ShopeeFood yang sering kali mematok biaya pengiriman cukup tinggi. Selain itu, jastip sering kali tidak terintegrasi dengan kebutuhan spesifik komunitas tertentu, seperti mahasiswa, yang membutuhkan solusi cepat dan murah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Belum lagi, penyedia jasa titip kadang kesulitan menjangkau pelanggan lebih luas karena keterbatasan promosi dan sistem pengelolaan pesanan yang masih manual.

Di lingkungan kampus, mahasiswa sering menghadapi kendala dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti makanan, alat tulis, atau barang mendesak lainnya. Jadwal kuliah yang padat, tugas kuliah yang menumpuk, magang, atau kegiatan ekstrakurikuler sering membuat mereka kesulitan meluangkan waktu untuk berbelanja. Jarak ke toko atau warung yang jauh, antrean panjang, atau keterbatasan transportasi juga jadi masalah tersendiri. Di sisi lain, banyak mahasiswa yang ingin mencari penghasilan tambahan, tetapi sulit menemukan pekerjaan sampingan yang fleksibel dan tidak mengganggu jadwal kuliah. Menurut Kemendikbud Ristek, mahasiswa diperbolehkan bekerja paruh waktu selama pekerjaan tersebut relevan dengan bidang studi atau mendukung pengembangan keterampilan. Pekerjaan seperti ini dinilai bermanfaat karena melatih manajemen waktu, memberikan pengalaman praktis, dan mengasah soft skills untuk kesiapan karier.

Selain itu, UMKM di sekitar kampus, seperti warung makan, toko alat tulis, atau minimarket, juga menghadapi tantangan. Banyak UMKM masih mengandalkan sistem pemasaran konvensional, sehingga sulit menjangkau pelanggan lebih luas, terutama mahasiswa yang lebih sering menggunakan platform digital. Padahal, UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal. Menurut (Rachman, 2016) kemajuan ekonomi suatu wilayah dapat dilihat dari peningkatan kapasitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhan, harga diri individu, dan kebebasan dalam membuat pilihan. UMKM berkontribusi besar dalam menyediakan lapangan kerja dan mendukung pengentasan kemiskinan, sebagaimana dijelaskan oleh (Dwi Setyani, 2019) bahwa pertumbuhan ekonomi yang inklusif dapat meningkatkan pendapatan, daya beli, dan kesejahteraan masyarakat.

Melihat permasalahan ini, muncul gagasan untuk mengembangkan Nitip-U, sebuah aplikasi layanan jasa titip berbasis digital yang dirancang khusus untuk mahasiswa di Kota Bandung, terutama di sekitar kampus seperti Universitas Telkom, Institut Teknologi Bandung, dan Universitas Pendidikan Indonesia. Nitip-

U tidak hanya memudahkan mahasiswa memesan makanan, alat tulis, atau barang lain dari UMKM sekitar kampus, tetapi juga memberikan peluang kerja sampingan bagi mahasiswa sebagai kurir. Dengan biaya jasa yang terjangkau, sistem yang praktis, dan fokus pada kebutuhan mahasiswa, Nitip-U bertujuan menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan mahasiswa memenuhi kebutuhan dengan mudah, UMKM mendapat jangkauan pelanggan lebih luas, dan mahasiswa kurir mendapatkan penghasilan tambahan. Lebih dari itu, Nitip-U ingin mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan komunitas kampus di Kota Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang teridentifikasi berdasarkan dari latar belakang yang dilakukan pada penelitian ini adalah:

- a. Mahasiswa kesulitan memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makanan, alat tulis, dan barang mendesak karena jadwal kuliah yang padat, jarak yang jauh ke toko, dan keterbatasan waktu.
- b. Tingginya biaya pengiriman pada aplikasi pengiriman seperti GoSend, GrabExpress, dan shopeefood menjadi kendala bagi mahasiswa dengan biaya terbatas.
- c. Kurangnya platform digital yang menyediakan peluang kerja sampingan fleksibel bagi mahasiswa untuk menambah uang saku tanpa mengganggu kewajiban akademik.
- d. UMKM di sekitar kampus kesulitan menjangkau pelanggan lebih luas karena keterbatasan sistem pemasaran dan pengelolaan pesanan berbasis digital.

1.3 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang diatas, peneliti menyatakan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana membuat solusi inovasi yang dapat menghubungkan mahasiswa sebagai pengguna, mahasiswa sebagai kurir, dan UMKM di daerah kampus dapat

saling menguntungkan dan efisien. dalam bentuk merancang sistem layanan jasa berbasis aplikasi yang dapat membantu secara fleksibel dan membantu memperluas pelanggan UMKM?

1.4 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian dapat berfokus kepada identifikasi masalah yang dituju. Pembatasan masalah yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Apa / *What*

Perancangan desain dan *prototype* yang simple dan efektif untuk membuat aplikasi yang dapat memberikan peluang kerja menambah uang saku di kalangan mahasiswa dan memberikan akses *platform* digital di Kota Bandung.

b. Kenapa / *Why*

Tingginya kemiskinan disuatu daerah dapat menghambat pertumbuhan ekonomi dan perkembangan UMKM, Selain itu mahasiswa terkadang kesulitan dalam keuangan ekonomi karena masalah tertentu.

c. Siapa / *Who*

Perancangan desain dan *prototype* ini ditujukan untuk para mahasiswa berusia 18-23 tahun di Kota Bandung dan para pengusaha UMKM.

d. Kapan / *When*

Pengumpulan data koeksioner penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2025 hingga April 2025. Penyusunan perancangan Tugas Akhir ini dimulai pada bulan Mei 2025 mendatang.

e. Dimana / *Where*

Proses perancangan, pencarian data, dan perancangan laporan dilakukan di wilayah Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. Selain itu perancangan lebih mengutamakan mahasiswa kampus yang berada di Kota Bandung, Secara online menggunakan metode penelitian.

f. Bagaimana / *How*

Penelitian perancangan desain dan *prototype* untuk memudahkan pengguna aplikasi layanan jasa mahasiswa dan para pengusaha UMKM, Dengan pembuatan desain dan *prototype* ini yang simple dan efektif konsep elegant membuat pengguna aplikasi menjadi lebih mudah mempelajari aplikasi.

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berlandaskan latar belakang diatas, peneliti menyatakan tujuan dan manfaat menjadi beberapa point sebagai berikut:

- a. Mengembangkan aplikasi Nitip-U sebagai solusi digital yang memudahkan mahasiswa memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makanan, alat tulis, dan barang mendesak dengan biaya terjangkau.
- b. Menyediakan platform yang memberikan peluang kerja sampingan fleksibel bagi mahasiswa sebagai kurir tanpa mengganggu jadwal kuliah.
- c. Meningkatkan jangkauan pelanggan UMKM di sekitar kampus melalui sistem pemasaran dan pengelolaan pesanan berbasis aplikasi.
- d. Menciptakan ekosistem yang saling menguntungkan antara mahasiswa dan UMKM untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di Kota Bandung.

1.6 Metode Penelitian

Menurut Soewardikoen menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif menggunakan data perhitungan dari poin poin variabel objek penelitian dan kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang menggunakan wawancara untuk mendapatkan informasi dari narasumber dan observasi (Soewardikoen, 2021). Menurut Sugiyono menyatakan bahwa metode penelitian kombinasi (*mixed methods*) merupakan suatu metode penelitian yang menggabungkan atau mengkombinasikan antara metode kuantitatif dengan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu penelitian, sehingga data yang diperoleh lebih komprehensif, valid, reliabel, dan obyektif. (Sugiyono, 2014, hlm. 404)

1.7 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan prosedur pengumpulan data yang mendukung proses penelitian berlangsung, diantaranya:

1. Kuesioner

Kuesioner Metodologi alternatif untuk pengumpulan data yang digunakan dalam penyelidikan ini melibatkan penyebaran kuesioner, yang memerlukan pemberian serangkaian pertanyaan kepada peserta yang dirancang untuk memperoleh perspektif mereka. Dalam konteks penelitian ini, kuesioner yang membahas aplikasi jasa untuk mahasiswa diberikan kepada sampel 100 responden kampus di Kota Bandung untuk mendapatkan wawasan mengenai sikap mahasiswa dan masyarakat setempat terhadap masalah terkait penelitian.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu dari beberapa jenis metode pengumpulan data yang menggunakan peluang untuk komunikasi langsung dan pertanyaan langsung dari informan.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Penelitian ini dilakukan melalui pengumpulan data dari sumber atau dokumen pustaka yang berasal dari beberapa laman resmi yang berkaitan dengan objek penelitian untuk mendapatkan informasi, serta teori dari beberapa buku dan jurnal yang dapat menunjang analisis objek penelitian.

1.8 Metode Analisis Data

a. Analisis SWOT

Menurut Soewardikoen (2019:108), analisis SWOT mencakup faktor internal dan eksternal. Penentu internal terdiri dari Kekuatan dan Kelemahan, sedangkan faktor eksternal terdiri dari Peluang dan Ancaman. Pendekatan analitis ini dijalankan dengan merakit matriks yang mengintegrasikan faktor-faktor penentu ini untuk memastikan strategi desain yang paling sesuai.

Dalam bidang Desain Komunikasi Visual, analisis SWOT berfungsi sebagai alat untuk menilai dan merancang strategi desain yang efektif. Dengan membedakan kekuatan dan kelemahan internal dalam hubungannya dengan peluang dan ancaman eksternal, desainer diberdayakan untuk menciptakan solusi visual yang selaras dengan persyaratan dan keadaan lingkungan proyek.

b. Analisis Matriks

Menurut Soewardikoen (2019:104), analisis matriks merupakan kerangka metodologis untuk pemeriksaan data yang melibatkan penjajaran dua atau lebih kumpulan data melalui kompilasi terstruktur yang diwakili dalam bentuk kolom dan baris. Representasi matriks ini menghasilkan dua dimensi berbeda yang memfasilitasi peneliti dalam membedakan kongruitas dan perbedaan dalam kumpulan data yang dianalisis, membandingkan aplikasi layanan jasa sejenis dengan memperhatikan konsep perancangannya.

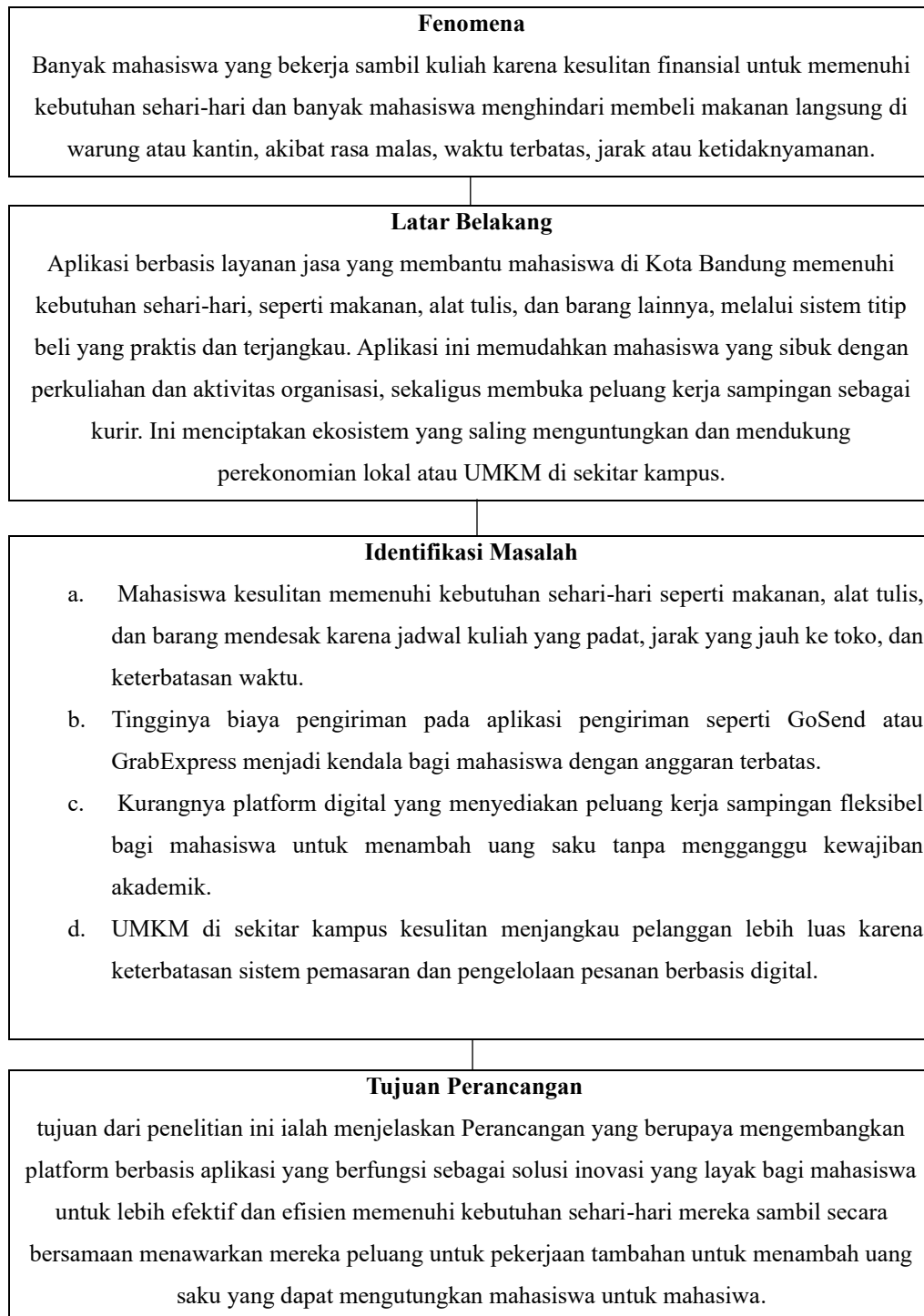
Analisis matriks digunakan untuk melakukan evaluasi komparatif dari beberapa aplikasi layanan jasa sejenis dengan meneliti elemen desain mereka. Pendekatan metode ini untuk menghasilkan pemahaman yang lebih

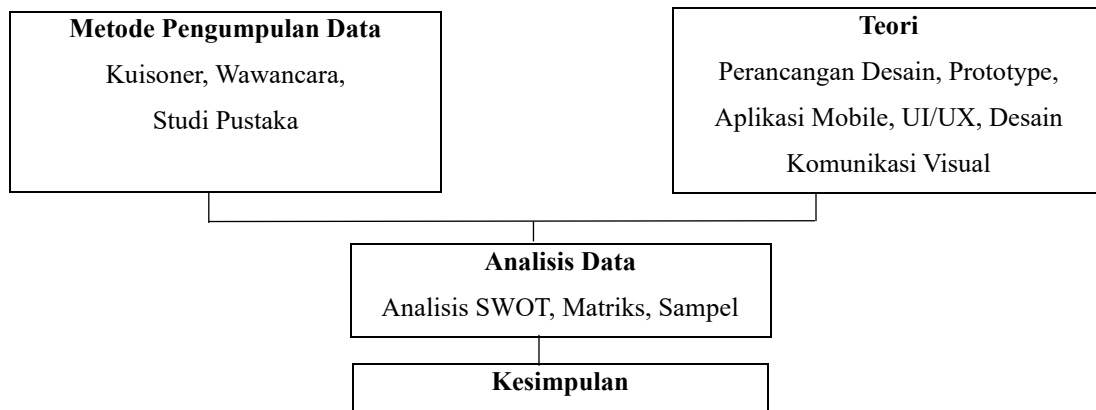
tentang manfaat, kelemahan, dan paradigma desain yang digunakan di setiap aplikasi.

c. Analisis Sampel

Penelitian ini menggunakan *Non-probability sampling*, ini adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berikut ini adalah jenis-jenis dari *non-probability sampling* (Sugiyono, 2018:82).

1.9 Kerangka Penelitian





Tabel 1. 1 Kerangka penelitian

Sumber: Muhammad Elzha Taaj Zaki, 2025

1.10 Pembabakan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan dan manfaat penelitian, dan kerangka penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini berisi dasar teori atau landasan teori penelitian hasil pustaka yang sudah dipaparkan di bab 1 berkaitan dengan judul yang di pilih.

BAB III DATA & ANALISIS MASALAH

Bab ini berisi menguraikan hasil dari metode penelitian dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data, mengolah data, dan menganalisis penelitian perancangan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang konsep perancangan serta mepaparkan hasil perancangan konsep dari mulai desain hingga hasil visual prototipe dalam bentuk digital dan media pendukung.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran perancangan penelitian secara keseluruhan.