

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan aktivitas masyarakat di kota besar seperti Bandung mendorong meningkatnya kebutuhan akan layanan transportasi yang cepat, fleksibel, dan mudah diakses. Kota Bandung dikenal sebagai salah satu pusat pendidikan, pariwisata, dan bisnis yang terus berkembang setiap tahunnya. Hal ini membuat mobilitas masyarakat semakin tinggi, baik dari kalangan mahasiswa, pekerja, hingga wisatawan lokal maupun luar kota. Tidak semua orang memiliki kendaraan pribadi, sementara kebutuhan untuk bepergian ke lokasi-lokasi tertentu, seperti kampus, tempat kerja, atau destinasi wisata, seringkali tidak dapat terpenuhi hanya dengan mengandalkan transportasi umum. Di sisi lain, kepemilikan kendaraan pribadi membutuhkan biaya yang tidak sedikit, mulai dari perawatan, pajak, hingga bahan bakar. Oleh karena itu, banyak orang mulai beralih menggunakan layanan rental kendaraan sebagai alternatif yang lebih efisien dan praktis. Layanan ini memungkinkan pengguna menyewa kendaraan dalam jangka waktu tertentu tanpa perlu memikirkan beban kepemilikan. Selain itu, fleksibilitas waktu, jenis kendaraan, serta pilihan antar-jemput menjadi keunggulan yang membuat rental mobil dan motor semakin diminati oleh masyarakat perkotaan.

Seiring dengan itu, penggunaan teknologi digital di Indonesia juga terus meningkat. Berdasarkan laporan (DataReportal, 2024), mayoritas masyarakat Indonesia kini mengakses internet melalui perangkat seluler. Perubahan perilaku masyarakat ini berdampak langsung pada cara mereka mencari dan menggunakan layanan sehari-hari, termasuk dalam hal transportasi. Aplikasi mobile kini menjadi media utama dalam melakukan pemesanan layanan, mencari informasi, hingga melakukan transaksi pembayaran secara cepat dan efisien (Fathurrahman, 2023). Hal ini menjadi peluang besar bagi penyedia jasa rental kendaraan untuk bertransformasi ke arah digital, agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan memberikan layanan yang lebih praktis bagi pelanggan.

Namun, kenyataannya masih banyak penyedia jasa rental kendaraan yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Salah satunya adalah Instarent merupakan sebuah anak usaha PT. INSTA SOLUTION GROUP yang didirikan oleh Bapak Amar Maulana pada tahun 2016. Instarent sendiri adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa sewa kendaraan, berlokasi di Jl. Sukapura No.20, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40267. Perusahaan ini didirikan sebagai solusi bagi mahasiswa, masyarakat ataupun wisatawan yang memerlukan sarana transportasi secara pribadi dengan menawarkan sewa harian secara lepas kunci maupun antar jemput pada moda transportasi umum. Sayangnya,

sistem operasional Instarent masih dilakukan secara manual, seperti pemesanan lewat pesan singkat atau media sosial, tanpa adanya aplikasi resmi yang mempermudah pengguna dalam mencari dan memesan kendaraan secara langsung. Hal ini tentu menjadi kendala, baik dari sisi pelanggan yang menginginkan layanan yang cepat, maupun dari sisi perusahaan yang ingin menjangkau pasar lebih luas dan mengelola layanannya dengan lebih efisien.

Masalah lain yang sering muncul adalah keterbatasan informasi terkait ketersediaan kendaraan, simulasi harga, dan lokasi unit yang aktif. Pelanggan harus menunggu konfirmasi secara manual, dan tidak bisa langsung melihat daftar kendaraan yang tersedia. Dari sisi promosi, Instarent juga masih bergantung pada media sosial sebagai satu-satunya kanal pemasaran, yang tentu kurang efektif dalam membangun sistem yang terintegrasi secara digital. Ketika konsumen saat ini cenderung ingin serba cepat, praktis, dan informatif, pendekatan layanan yang konvensional ini menjadi kurang efektif.

Melihat permasalahan tersebut, maka pengembangan aplikasi mobile untuk layanan rental di Instarent menjadi sebuah solusi. Aplikasi ini dirancang untuk mempermudah proses pemesanan kendaraan, menampilkan informasi secara real-time, menyediakan simulasi harga, hingga memudahkan proses transaksi digital. Dalam proses perancangannya, pendekatan user experience (UX) dan user interface (UI) menjadi dasar utama agar aplikasi mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna. Desain yang baik tidak hanya berfungsi secara teknis, tetapi juga mampu memberikan kenyamanan dan kepercayaan kepada pengguna (Garrett, 2016).

Melalui tugas akhir ini, penulis merancang aplikasi mobile untuk layanan penyewaan kendaraan bagi Instarent. Untuk mengumpulkan data, dilakukan observasi langsung, wawancara dengan pemilik dan pengguna, distribusi kuesioner, serta analisis aplikasi sejenis sebagai perbandingan. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan metode SWOT dan pendekatan AISAS (Sugiyama dan Andree, 2016) untuk menciptakan strategi desain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna serta tujuan bisnis. Hasil dari desain ini diharapkan dapat mendukung Instarent dalam meningkatkan kualitas layanan, memperluas cakupan pasar, dan memperkuat identitas visual perusahaan melalui platform digital yang menarik dan profesional.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi sebagai berikut :

1. Belum tersedia platform yang memberikan Informasi mengenai ketersediaan kendaraan, jenis unit, dan simulasi secara real-time yang dapat diakses langsung oleh pelanggan.

2. Pemesanan masih dilakukan secara manual dan belum terintegrasi yang dapat memudahkan pelanggan melakukan pemesanan kendaraan secara mandiri dan efisien.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan Identifikasi masalah dalam desain ini adalah bagaimana menciptakan platform digital yang memungkinkan pemesanan kendaraan dengan cara yang mudah dan efisien. Dibutuhkan sistem yang menampilkan informasi mengenai ketersediaan unit, tipe kendaraan, dan perkiraan harga secara langsung, serta terhubung untuk mendukung efisiensi operasional Instarent.

### **1.4 Ruang lingkup**

Untuk penelitian ini berfokus pada mempermudah customer dalam memilih sebuah kendaraan yang disewakan atau jasa yang ditawarkan dalam sebuah Mobile apps

1. Apa yang harus diperhatikan dalam perancangan Mobile apps pemesanan kendaraan rental yang ada di instarent
2. Dimana (where)  
Penelitian ini dilakukan di wilayah Bandung Sekitarnya
3. Kapan (when)  
Penelitian dimulai dari bulan Maret 2025. Disusul dengan perancangan Mobile apps
4. Siapa (who)  
Penelitian ini ditujukan bagi Instarent, khususnya yang berdomisili di Bandung atau sedang berkunjung ke Bandung untuk keperluan wisata, bisnis, atau kegiatan pribadi lainnya.
5. Kenapa  
Mobile Apps pemesanan kendaraan rental ini dibutuhkan sebagai salah satu media untuk menghubungkan antara customer dengan perusahaan langsung.
6. Bagaimana  
Merancang Mobile apps pemesanan kendaraan rental untuk sewa kendaraan di instarent ini agar memudahkan pengguna baik customer maupun perusahaan dalam mengakses informasi ataupun bertransaksi menggunakannya.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan sebuah aplikasi mobile Instarent yang dapat mempermudah proses pemesanan kendaraan secara praktis dan efisien

tanpa harus melalui komunikasi manual. Aplikasi ini juga ditujukan untuk menyajikan informasi secara real-time terkait ketersediaan kendaraan, jenis unit, serta simulasi harga yang dapat diakses langsung oleh pengguna.

## **1.6 Metode Penelitian**

Metode yang akan digunakan untuk memperoleh data dalam pengerjaan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Observasi**

Kata ini berasal dari istilah "memperhatikan" dan berarti aktivitas mengamati suatu objek secara langsung dengan tujuan untuk memperoleh data dan informasi mengenai objek tersebut. Observasi yang dilakukan adalah observasi terhadap Instarent yang berada di Kabupaten Bandung

#### **b. Wawancara**

Percakapan antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi. Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang subjek penelitian melalui pertanyaan yang diajukan kepada narasumber, baik secara langsung, melalui telepon, maupun melalui video. Wawancara yang dilakukan kepada Manager Instarent dan *Developer*

#### **c. Kuesioner**

Kuesioner merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan yang sudah tertulis kepada para responden. Tujuan dari metode ini adalah untuk memperoleh data baik secara kuantitatif maupun kualitatif dari calon pengguna aplikasi, mengenai pilihan, kebiasaan, dan harapan mereka terhadap layanan Instarent. Kuesioner ditunjukkan kepada calon konsumen yang pernah sewa di Instarent. Kuesioner ini diseberkan melalui media sosial Instarent

#### **d. Studi Pustaka**

Menurut Sugiyono (2018), penelitian teoritis mencakup referensi dan literatur ilmiah lain yang berkaitan dengan budaya, nilai, serta norma yang berkembang dalam lingkungan sosial yang sedang diteliti. Selain itu, studi pustaka juga melibatkan pengumpulan informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi fokus penelitian.

### **1.6.2 Metode Analisis Data**

#### **1. Analisis AISAS**

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, khususnya pada barang yang *high-involvement*, pelanggan akan melakukan pencarian yang lebih mendalam dibandingkan barang dengan keterlibatan yang rendah. Oleh karena itu, Dentsu (dalam Sugiyama dan Andree, 2011:51) mengemukakan sebuah model komunikasi pemasaran yang didapat dari perkembangan teknologi, yang diberi nama dengan model AISAS.

## **2. Analisis SWOT**

Analisis SWOT dapat dilakukan dengan cara menilai faktor internal dari suatu perusahaan yang terdiri dari strength (kekuatan) dan weakness (kelemahan) dan juga bisa menilai dari faktor eksternal perusahaan yaitu opportunity (peluang) dan threat (ancaman) (Soewardikoen, 2019: 108). Analisis ini juga dapat dilakukan terhadap pesaing dari perusahaan ini untuk mendapatkan analisis yang lebih tepat dan juga mendasar yang dapat membantu dalam perancangan ini. Maka dari itu analisis SWOT dapat membantu dalam menganalisa secara internal dan eksternal mengenai rental mobil

## **3. User Persona**

Menurut Cooper, Reimann, & Cronin (2014) User persona adalah representasi fiktif dari pengguna aktual yang didasarkan pada data nyata tentang perilaku, motivasi, dan tujuan pengguna. Persona membantu tim desain untuk memahami kebutuhan pengguna dan membuat keputusan yang berpusat pada manusia (user-centered).

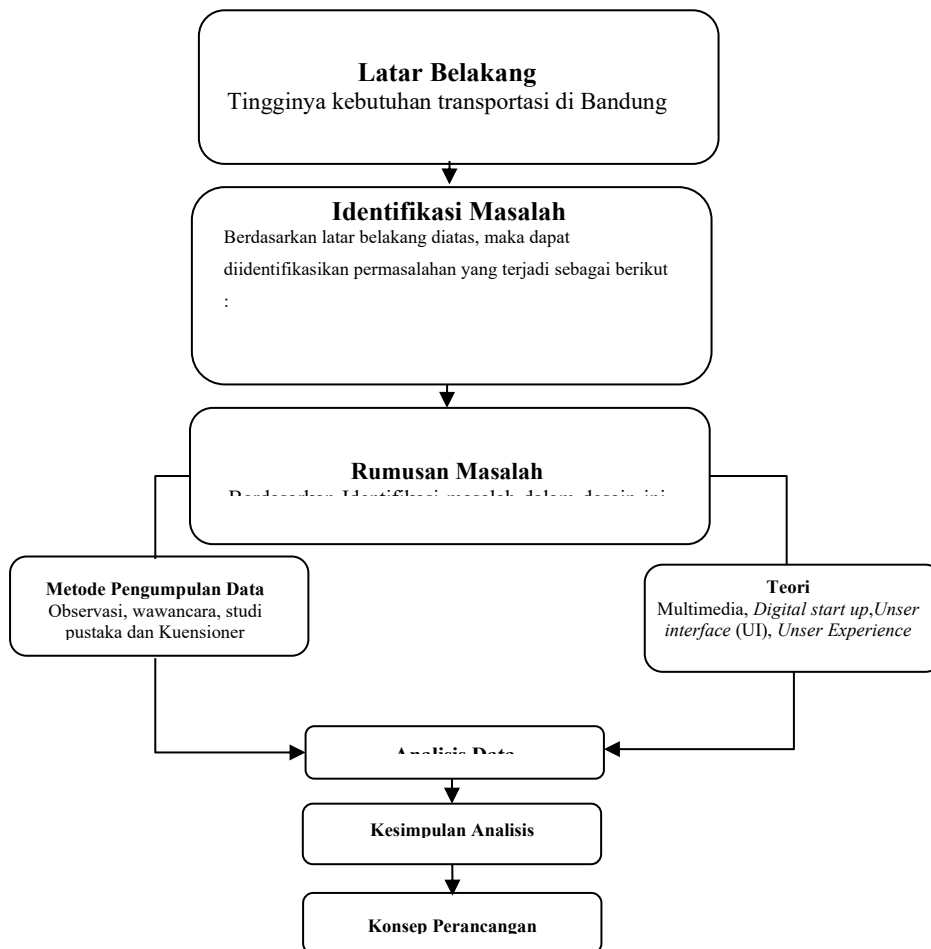
## **4. Customer Journey Map**

Menurut M., Lawrence, A., Hormess, M. E., & Schneider, J. (2018) Customer Journey Maps adalah representasi visual yang menggabungkan perspektif pengguna dan bisnis untuk menunjukkan pengalaman pengguna dari waktu ke waktu, sering digunakan dalam desain layanan.

## **5. Empathy Map**

Menurut Gray, D., Brown, S., & Macanuso, J. (2015) Empathy Map adalah alat visual sederhana yang membantu tim memahami perspektif pengguna dengan menggambarkan apa yang mereka pikirkan, rasakan, lihat, dengar, katakan, dan lakukan. Ini digunakan untuk membangun pemahaman yang lebih dalam terhadap pengguna sebelum merancang solusi.

## 1.7 Kerangka Perancangan



Tabel 1.0 Kerangka Perancangan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

## 1.8 Pembabakan

### BAB I Pendahuluan

Bab ini mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, serta metode pengumpulan dan analisis data yang digunakan dalam studi ini.

### BAB II Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori dan dasar pemikiran yang akan digunakan sebagai panduan untuk mengurai suatu permasalahan pada objek observasi.

### BAB III Data dan Analisis Masalah

Melampirkan hasil pengumpulan data observasi, wawancara, studi dokumentasi dan studi literatur dalam mendapatkan informasi yang jelas dan relevan untuk kelancaran proses perancangan.

#### **BAB IV Strategi dan Hasil Perancangan**

Memaparkan strategi perancangan dengan pendekatan pada elemen-elemen visual dengan penerapan media digital.

#### **BAB V Penutup**

Memberikan kesimpulan, kajian pustaka, saran , dan kalimat penutup.