

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rumah Padat Karya (RPK) merupakan inisiatif Pemerintah Kota Surabaya dalam menanggulangi persoalan kemiskinan dan pengangguran dengan cara memaksimalkan pemanfaatan aset daerah. Program ini dirancang sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat, khususnya bagi warga yang tergolong sebagai Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR), dengan tujuan untuk menciptakan kemandirian ekonomi melalui pengelolaan aset milik pemerintah menjadi unit usaha yang produktif dan berkelanjutan.

Salah satu lokasi implementasi program ini adalah Rumah Padat Karya Prapen, yang berdiri di atas lahan seluas 627 meter persegi milik Pemerintah Kota Surabaya. Di lokasi tersebut, didirikan sebuah unit usaha laundry kiloan bernama Omah Laundry Prapen, yang dikelola oleh masyarakat sekitar. Usaha ini tidak hanya berfungsi sebagai alternatif penghasilan bagi warga, tetapi juga menawarkan layanan pencucian pakaian yang cepat, efisien, dan terjangkau, khususnya bagi masyarakat yang memiliki kesibukan tinggi. Dalam operasionalnya, Omah Laundry Prapen menghadapi tantangan yang cukup kompleks, mulai dari persaingan dengan usaha laundry swasta di sekitar hingga keterbatasan dalam hal pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan. Di era digital saat ini, keberadaan suatu usaha tidak cukup hanya dengan mengandalkan layanan secara fisik; diperlukan pula kehadiran yang kuat secara daring (online) untuk meningkatkan daya saing. Menanggapi hal tersebut, pengelola telah mencoba memanfaatkan media digital melalui pembangunan website sebagai sarana promosi dan komunikasi. Namun demikian, website yang telah dibangun belum mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pelanggan maupun efektivitas komunikasi. Beberapa kendala utama antara lain tampilan yang tidak menarik, navigasi yang membingungkan, kurang responsif di berbagai perangkat, serta ketiadaan fitur-fitur penting seperti pemesanan layanan daring, ulasan pelanggan, dan promosi digital. Di sisi lain, perilaku konsumen saat ini menunjukkan preferensi yang kuat terhadap pengalaman digital yang cepat, mudah, dan informatif. Konsumen menginginkan akses

informasi yang lengkap dan transparan sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan. Oleh karena itu, fitur-fitur seperti sistem pemesanan online, testimoni pelanggan, kode promo, serta informasi layanan dan harga yang jelas, menjadi aspek penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan pendekatan perancangan ulang website yang tidak hanya berfokus pada visual, tetapi juga mengutamakan kebutuhan dan kenyamanan pengguna. Oleh karena itu, metode Design Thinking diterapkan dalam proses ini. Metode ini bersifat iteratif dan berpusat pada pengguna, dimulai dari proses empati, perumusan masalah, pengembangan ide, pembuatan prototipe, hingga pengujian solusi secara menyeluruh. Pendekatan ini memungkinkan perancangan solusi yang lebih relevan dan kontekstual dengan kebutuhan pengguna.

Selain itu, pengembangan website yang berbasis pada pendekatan desain yang tepat dan didukung oleh data serta umpan balik pengguna diharapkan dapat menjadi bagian dari strategi digitalisasi UMKM yang dikelola oleh pemerintah. Keberhasilan Omah Laundry Prapen dalam transformasi digital ini dapat menjadi contoh praktik baik (best practice) dalam pengelolaan aset daerah lainnya, serta memperkuat peran pemerintah dalam mendorong ekosistem pemberdayaan masyarakat yang adaptif dan berkelanjutan di era digital.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana proses redesain website Omah Laundry Prapen agar sesuai dengan kebutuhan pengguna melalui pendekatan Design Thinking, dengan memberikan peningkatan dalam aspek fungsionalitas, tampilan, dan kemudahan penggunaan website?

1.3 Tujuan

Untuk merancang ulang website Omah Laundry Prapen agar sesuai dengan kebutuhan pengguna melalui pendekatan Design Thinking, dengan fokus pada peningkatan fungsionalitas, tampilan, dan kemudahan penggunaan.

1.4 Manfaat

- a. Dapat meningkatkan jangkauan pasar Omah Laundry Prapen melalui tampilan website yang nyaman dan mudah digunakan.

- b. Meningkatkan pengalaman pengguna dalam mengakses layanan laundry melalui website yang memiliki navigasi yang intuitif, penyajian informasi yang terstruktur, serta tampilan antarmuka yang menarik dan responsif.