

ABSTRAK

Saat ini keberadaan akan asisten rumah tangga sangat diperlukan seiring perubahan bentuk kehidupan yang semakin kompleks. Kesibukan akan mencari penghasilan membuat sebagian besar keluarga tidak dapat lagi membagi waktu mengurus pekerjaan rumah tangga. Mencari asisten rumah tangga sesuai harapan bukanlah sesuatu yang mudah. Dari hasil survei sederhana yang dilakukan peneliti kepada pengguna jasa asisten rumah tangga, diperoleh hasil bahwa mereka tidak memiliki waktu luang untuk membenahi pekerjaan rumah, sehingga memilih untuk menggunakan jasa asisten rumah tangga. Namun tidak semua asisten rumah tangga yang mereka pilih sesuai dengan yang mereka harapkan dan hal tersebut menarik dan mendasari peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami profil konsumen pengguna jasa asisten rumah tangga di Kota Bandung menggunakan bantuan Peta Empati yang terdiri dari *See, Hear, Think & Feel, Say & Do, Pain, dan Gain*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang berjenis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna jasa asisten rumah tangga di Kota Bandung. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan wawancara terstruktur untuk mendukung jawaban dari responden.

Dengan menggunakan bantuan Peta Empati, diperoleh hasil analisis deskriptif sub variabel *See* memiliki rata-rata interpretasi skor sebesar 79,3% dan masuk dalam kategori tinggi. Sub variabel *Hear* memiliki rata-rata interpretasi skor 89% dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Sub variabel *Think & Feel* memiliki interpretasi skor pada sub variabel *Hear* 87,3% dan masuk kategori sangat tinggi. Sub variabel *Say & Do* memiliki rata-rata interpretasi skor pada sub variabel *Say & Do* 69,8% dan masuk dalam kategori tinggi. Sub variabel *Pain* memiliki rata-rata interpretasi skor pada sub variabel *Pain* 89,6% dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Dan sub variabel *Gain* memiliki rata-rata interpretasi skor pada sub variabel *Gain* 82% dan masuk dalam kategori sangat tinggi. Semua hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen pengguna jasa asisten rumah tangga sangat menginginkan asisten rumah tangga yang sesuai dengan harapan mereka.

Kata Kunci: Profil Konsumen, Asisten Rumah Tangga, Peta Empati