

ABSTRAK

Saat ini perkembangan infrastruktur di daerah kota-kota besar semakin meningkat dilihat dari faktor demografi, sosial, dan psikografi. Salah satu faktornya adalah pertumbuhan bangunan yang terjadi di kota Bandung, sehingga melahirkan peluang bisnis bagi pebisnis properti. Bisnis properti yang terjadi di Apartemen The Suite Metro, Bandung adalah bisnis sewa menyewa unit apartemen. Kota Bandung yang juga dikenal kota kembang didatangi para pendatang dari luar kota dengan berbagai kebutuhan, seperti liburan, kerja, maupun pendidikan. Dari hasil survei sederhana yang dilakukan peneliti kepada para penyedia jasa unit apartemen diperoleh hasil bahwa meningkatnya permintaan akan unit sewa apartemen membuat para penyedia jasa ingin terus menambah unitnya untuk memperoleh hasil yang maksimal, akan tetapi penyedia jasa memiliki kekhawatiran tersendiri akan resiko kerugian apabila unit yang telah ditambah tidak terjual penuh. Penting bagi penyedia jasa untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan terhadap pengguna jasa / konsumen yang hal tersebut mendasari peneliti untuk melakukan penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami profil konsumen pengguna jasa sewa menyewa unit di Apartemen The Suite Metro, Bandung menggunakan bantuan Peta Empati yang terdiri dari *See, Hear, Think & Feel, Say & Do*, dan *Gain*.

Dengan menggunakan bantuan Peta Empati, diperoleh hasil analisis deskriptif sub variable *See* menjelaskan bahwa pengguna jasa memiliki kriteria tersendiri dalam menentukan unit penginapan yang akan disewa. Sub variable *Hear* menjelaskan bahwa pengguna jasa mencari dan mendapat informasi tentang unit penginapan The Suite Metro melalui media internet dan lingkungan sekitarnya. Sub variable *Think & Feel* menjelaskan bahwa pengguna jasa mengharapkan fasilitas lebih seperti wifi dan juga unit penginapan yang memiliki desain interior yang minimalis. Sub variable *Say & Do* menjelaskan bahwa pengguna jasa menginginkan sentuhan yang berbeda dari tiap unit penginapan, dan memiliki desain interior yang inovatif. Sub variable *Pain* menjelaskan bahwa pengguna jasa memiliki keluhan terhadap belum didukungnya unit penginapan The Suite Metro dengan fasilitas wifi, dan juga *quality control* akan kebersihan sebuah unit penginapan. Sub variable *Gain* menjelaskan bahwa unit penginapan apartemen memiliki tarif harga yang cukup terjangkau dengan berlokasi strategis di kawasan jalan besar Kota Bandung. Beberapa hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen pengguna jasa masih memiliki keinginan yang belum didapatkan dari sebuah unit penginapan yang di harapkan.

Kata Kunci: Profil konsumen, Sewa Unit Apartemen, Peta Empati