

## ABSTRAK

*Laundry* mandiri telah berkembang dengan sangat pesat di Indonesia, khususnya wilayah Jabodetabek. Target market *laundry* mandiri adalah masyarakat yang tinggal di area hunian sementara seperti kos/apartemen yang tidak memiliki mesin cuci. Pengguna fasilitas *laundry* mandiri di apartemen memiliki proses mencuci yang berbeda dari *laundry* lainnya. Pengguna fasilitas *laundry* mandiri di apartemen menggunakan tas *laundry* dalam setiap proses mencuci mereka dari awal sampai akhir. Ada beberapa keluhan terhadap tas *laundry* yang mereka gunakan. Maka dari itu, dirancang sebuah tas *laundry* yang dikhususkan untuk pengguna *laundry* mandiri di apartemen. Untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna fasilitas *laundry* mandiri di apartemen, digunakan Metode Kano yang merupakan metode kualitatif yang berfungsi untuk menganalisa kebutuhan dan harapan pengguna dengan menggunakan pendekatan kualitatif dalam mengevaluasi preferensi pelanggan terhadap suatu produk. Dari keenam kategori Metode Kano, kategori “*attractive*”, “*one dimensional*”, dan “*must have*” menjadi fokus utama pengembangan dalam perancangan tas *laundry* yang dikhususkan untuk pengguna *laundry* mandiri di apartemen. Ketiga kategori tersebut akan meningkatkan penggunaannya saat diterapkan pada perancangan produk.

Kata kunci : Metode Kano, tas *laundry*, *laundry* mandiri.

## **ABSTRACT**

*Self-service laundry is growing rapidly in Indonesia, especially in the Jabodetabek region. The target market for self-laundry is people living in temporary housing such as boarding houses and apartments without washing machines. Apartment self-service laundry users have a different laundry process than other laundry services. Self-service laundry users use laundry bags for all their laundry from start to finish. We have received several complaints about the laundry bags used. Therefore, the laundry bag will be specially designed for users with self-service laundry in their apartments. The Kano method was used to determine the needs of apartment self-service laundry users. It is a qualitative method designed to analyze user needs and expectations using a qualitative approach in evaluating customer preferences for products. Of its six categories for the Kano method, the attractive, one-dimensional, and must-have categories are the focus of development in designing laundry bags specifically designed for apartment self-service laundry users. These three categories improve product usability when applied to product design.*

*Keyword : Kano method, laundry bag, self-service laundry*