

Penerapan Metode Berpikir Desain Dalam Membangun Inovasi Perusahaan Startup Di Kota Tasikmalaya

Ismail Yusuf¹⁾

A. Budiman²⁾

¹*Universitas Pendidikan Indonesia, ismail_yusuf@upi.edu*

ABSTRAK

Persaingan para pelaku usaha rintisan kian berat, untuk itu dibutuhkan sebuah metode agar perusahaan rintisan dapat menemukan produk yang dibutuhkan dan perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Metode berpikir desain berfokus pada pemecahan masalah pelanggan, metode ini juga dapat membantu pelaku usaha rintisan selangkah demi selangkah untuk menemukan produk yang tepat. Tujuan penelitian ini adalah untuk membantu pelaku usaha rintisan dalam membangun inovasi perusahaan agar tepat guna bagi masyarakat. Selain itu juga agar peneliti mengetahui bagaimana kendala dan manfaat penerapan inovasi bagi pelaku usaha rintisan di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, data dikumpulkan melalui proses wawancara dengan menggunakan kuesioner tertutup kepada para pelaku usaha rintisan baru di Kota Tasikmalaya. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa banyak usaha rintisan belum mengenal metode berpikir desain. Mereka juga belum memiliki pemahaman mengenai pentingnya inovasi pada perkembangan usaha rintisan.

Keywords: Design Thinking, Startup, Inovasi, Tasikmalaya

ABSTRACT

Competition from startups is getting heavier, for that we need a method so that startup companies can find the products they need and the company can survive and develop. The design thinking method focuses on solving customer problems, this method can also help startups step by step to find the right product. The purpose of this study is to assist startups in building corporate innovation to make it effective for society. In addition, it is also so that researchers know how the constraints and benefits of implementing innovation for startups in Tasikmalaya City. This study used a quantitative descriptive method, data were collected through an interview process using a closed questionnaire to new startups in Tasikmalaya City. From the research results, it can be concluded that many startups are not familiar with the design thinking method. They also do not have an understanding of the importance of innovation in startups development.

Keywords: Design Thinking, Startup, Inovasi, Tasikmalaya

PENDAHULUAN

Dunia industri tengah memasuki era baru yang disebut Revolusi Industri 4.0, topik ini menjadi ramai diperbincangkan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Sektor Industri 4.0 tersebut bisa menyumbang penciptaan lapangan kerja lebih banyak serta investasi baru yang berbasis teknologi. Implementasi industri generasi keempat harus diikuti dengan pembentukan ekosistem yang sehat dan berkesinambungan, agar efektif dan dapat menggerakkan seluruh sektor ekonomi. Untuk mencapai keberhasilan berbisnis di era digital, dibutuhkan ekosistem dan komunikasi yang terbentuk secara baik oleh para pelaku bisnis, sehingga tercapai ekosistem yang kuat dan saling menguntungkan.

Salah satu contoh bagaimana ekosistem bisnis digital terbentuk secara baik terjadi di Silicon Valley, yang merupakan sebuah kawasan meliputi daerah San Fransisco, Bay Area, dan California di Amerika Serikat. Silicon Valley yang dikenal sebagai kawasan industri teknologi informasi terbesar di dunia. Meskipun demikian, nama Silicon Valley sendiri tidak terdaftar secara legal sebagai nama suatu kawasan. Ini hanyalah sebutan yang merujuk pada pusat industri teknologi di negara Amerika Serikat. Fenomena Silicon Valley saat ini menginspirasi dunia untuk melahirkan perusahaan-perusahaan startup baru, dan yang paling pesat terjadi di negara Tiongkok. Bahkan saat ini startup di Tiongkok sudah banyak yang bertransformasi menjadi perusahaan “unicorn”, perusahaan yang memiliki valuasi senilai 1 miliar dolar Amerika atau sekitar 13,1 triliun rupiah.

Table 1. Perusahaan Startup Yang Dihargai \$ 1 Milyar (HRI, 2019)

No.	Nama	Valuasi	Negara
1	Ant Financial	150\$ Milyar	China
2	ByteDance	75\$ Milyar	China
3	Didi Chuxing	55\$ Milyar	China
4	Infor	50\$ Milyar	USA

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa Tiongkok (China) mendominasi jumlah perusahaan startup yang telah berkembang menjadi perusahaan “unicorn”. Tahun ini, perusahaan berbasis non-Amerika Serikat yang paling bernilai tinggi untuk mencapai status “unicorn” misalnya adalah Toutiao yang berbasis di Tiongkok dengan valuasi bernilai \$11 miliar, Mobike \$3 miliar, NIO \$2.9 miliar, dan e-shang Redwood \$2 miliar. Kemudian terdapat layanan kesehatan Otto Bock yang berbasis di Jerman dengan valuasi \$3.5 miliar, dan “unicom” pertama dari Malta, yaitu VistaJet dengan valuasi \$ 2.5B (CB Insight, 2017).

Lalu bagaimana dengan perkembangan startup di Indonesia? Saat ini perkembangannya cukup bagus dan mengembirakan. Setiap tahun banyak startup baru bermunculan di Indonesia. Menurut dailysocial.net, saat ini terdapat setidaknya lebih dari 3000 startup lokal yang ada di Indonesia. Potensi pengguna internet Indonesia yang semakin naik dari tahun ke tahun tentunya merupakan suatu “peluang” untuk mendirikan sebuah perusahaan startup.

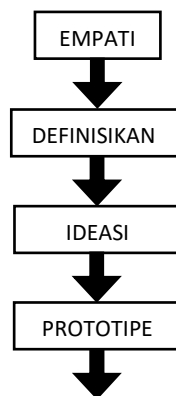
METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dalam waktu 8 bulan yaitu pada bulan April-November tahun 2020. Tempat penelitian yaitu di Kota Tasikmalaya, khususnya di perusahaan-perusahaan rintisan baru. Penelitian ini menggunakan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, metode yang digunakan adalah survei melalui penyebaran kuesioner dan keterlibatan pelaku usaha dalam suatu kelompok diskusi (FGD). Maksud dari penelitian ini agar peneliti dapat mengetahui bagaimana pengaruh dan aplikasi strategi komunikasi pemasaran secara digital yang dilakukan oleh pelaku usaha rintisan dalam memasarkan produk atau jasa di Kota

Tasikmalaya. Wawancara dengan menggunakan kuesioner tertutup, observasi dan dokumentasi adalah pendekatan kuantitatif yang diperoleh oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu metode yang dapat digunakan perusahaan rintisan dalam mengembangkan inovasi adalah metode berpikir desain (design thinking). Dengan menerapkan metode design thinking, perusahaan startup diharapkan tidak hanya dapat mengatasi masalah-masalah yang dihadapi sehari-hari, melainkan juga memperoleh keunggulan kompetitif dibanding dengan perusahaan startup lain. Karena perusahaan startup harus terus berinovasi untuk tetap tumbuh dan profit. Design thinking atau cara berpikir desain adalah proses menciptakan ide-ide baru dan inovatif yang dapat memecahkan masalah. Secara garis besar, design thinking adalah metode kolaborasi yang mengumpulkan banyak ide dari disiplin ilmu untuk memperoleh sebuah solusi (Alamanda, 2016). Hal ini tidak terbatas pada industri atau bidang keahlian tertentu. Design thinking sangat berguna dalam kaitannya dengan teknologi yang identik dengan perusahaan startup. Metode ini dapat menciptakan produk dan layanan baru bagi konsumen, hingga dapat meningkatkan produktivitas dalam operasi internal.



Gambar 1. Alur Metode Berpikir Desain

Pada Gambar 1 adalah alur proses metode berpikir desain. Dimulai dari proses empati sampai tahap pengetesan. Namun yang perlu diketahui metode berpikir desain adalah proses yang non-linear, atau prosesnya bisa saja tidak berurutan. Empati adalah kemampuan untuk melihat dunia dari sisi orang lain. Kemampuan tersebut dapat perusahaan dapatkan dengan melihat apa yang sebenarnya yang konsumen lain lihat, konsumen lain rasakan dan mendapatkan pengalaman yang sama dengan aktivitas konsumen lain. Sebagai contoh usaha startup di Kota Tasikmalaya yang menggunakan proses empati adalah Indikos, aplikasi pencari kost-kostan yang dibuat oleh mahasiswa Universitas Siliwangi Tasikmalaya. Mereka berempati kepada para mahasiswa rantau yang kesulitan mencari kamar kost, maka dibuatlah aplikasi Indikost yang bukan hanya membantu mahasiswa mencari kamar kost, namun juga membantu pindahan dan kebutuhan lain pengontrak kamar kost.

Dalam metode berpikir desain para pendiri usaha dituntut untuk melihat sebuah masalah dari sudut pandang yang berbeda, atau biasa disebut membingkai ulang masalah. Proses ini dilakukan di tahap kedua, setelah mengolah informasi dan data awal yang kita kumpulkan di tahap sebelumnya (empati). Hal pertama yang harus dilakukan oleh para pengusaha startup adalah membuat daftar dari semua masalah hasil dari proses empati yang telah dilakukan. Terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh para penggiat usaha startup di Kota Tasikmalaya yang didapatkan dari

hasil kuisioner yang dibagikan oleh peneliti. Masalah dibagi kedalam dua faktor, yaitu masalah internal dan eksternal. Kemudian setelah mengumpulkan masalah-masalah, pengusaha startup membuat sebuah pernyataan masalah atau biasa disebut POV, Point of View. Adapaun daftar masalah yang ada dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut.

Table 2. Daftar Masalah Usaha Startup di Kota Tasikmalaya (Hasil Penelitian)

No.	Daftar Masalah	Faktor
1	Regulasi Pemerintah	Eksternal
2	Ketersediaan SDM	Internal
3	Fasilitas pendukung	Internal & eksternal
4	Ekosistem bisnis	Eksternal
5	Inkubator bisnis	Eksternal
6	Investor	Eksternal
7	Jejaring bisnis	Internal & eksternal
8	Infrastruktur teknologi	Eksternal
9	Permodalan	Internal

Pernyataan POV harus menjawab masalah yang ingin dipecahkan oleh usaha startup yang dibangun, kemudian siapa yang mengalami masalah tersebut, lalu alasan apa saja yang membuat pengguna tertarik untuk memecahkan masalah tersebut. Setelah pertanyaan-pertanyaan tersebut terjawab, pengusaha startup dapat menyimpulkan masalah utama yang ada sebagai bahan pertimbangan mendirikan usaha startup di Kota Tasikmalaya. Berikut ini contoh pernyataan POV usaha startup Indikost asal Kota Tasikmalaya, yaitu “*para mahasiswa rantau yang ada di Kota Tasikmalaya kesulitan untuk mencari kamar kost yang terjangkau di sekitar Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya*”. Dari kalimat POV tersebut mulai dibuatlah aplikasi Indikost yang dapat membantu para mahasiswa rantau mencari kamar kost yang sesuai di Kota

Tasikmalaya, khususnya di sekitar kampus Universitas Siliwangi.

Langkah selanjutnya dalam metode design thinking adalah ideasi atau melakukan brainstorming ide-ide solusi terhadap masalah utama dari target market kita. Tidak penting solusi itu dapat dieksekusi atau tidak, fokus saja pada solusi-solusi yang dirasa menjawab masalah. Pada tahapan ini, pengusaha startup menyaring sejumlah opsi gagasan yang ada untuk mendapatkan kemungkinan solusi untuk memecahkan masalah. Proses ini adalah menghasilkan gagasan atau ide yang luas tentang topik-topik tertentu, tanpa menilai, mengevaluasi atau membenarkan salah satu. Dalam proses ideasi para pendiri usaha startup di Kota Tasikmalaya dituntut untuk menghasilkan ide usaha yang dapat memecahkan masalah yang ada di masyarakat, agar ketika nanti diluncurkan dapat menjadi solusi atas masalah yang ada. Seperti halnya aplikasi Indikost yang dapat memecahkan masalah para mahasiswa rantau mencari kamar kost di Kota Tasikmalaya.

Tahap berikutnya adalah proses prototipe. Para penggiat startup dituntut untuk tidak membuang waktu terlalu lama dalam membuat prototipe karena tujuan penggiat startup dalam membuat prototipe adalah untuk menguji produk yang akan diluncurkan, agar dapat segera digunakan oleh khalayak luas. Apabila terlalu lama, kemungkinan akan muncul pesaing dengan produk atau ide serupa. Membuat prototipe dibutuhkan banyak kreativitas, ini yang menjadi masalah pada startup di Kota Tasikmalaya, karena sumber daya manusia yang masih belum memahami akan pentingnya proses berpikir desain dalam menghasilkan sebuah produk yang tepat guna. Selain itu membuat prototype aplikasi membutuhkan biaya, terlebih apabila para pendiri usaha startup tidak memiliki keahlian dalam bidang IT.

Tahap terakhir dalam metode berpikir desain adalah tahap menguji produk atau biasa

disebut dengan tahap test. Pada tahap ini para penggiat startup dapat menguji coba berbagai macam ide untuk mencoba solusi baru atau menggabungkan beberapa ide yang ada sekaligus. Tujuan dari tahapan ini adalah agar produk dan layanan bisa menghasilkan solusi dengan tiga kriteria, Desirability, Feasibility, dan Viability. Desirability berkaitan dengan fokus pada pengguna. Solusi yang dibuat harus memenuhi kebutuhan, emosi dan perilaku pengguna. Feasibility atau kelayakan berkaitan dengan teknologi atau metodologi. Solusi desain harus praktis, dapat diterapkan dan efisien. Sedangkan Viability, solusi desain yang dibuat layak secara bisnis (jika komersial), memberi dampak sosial, dan menciptakan kelangsungan hidup, baik bagi pribadi, masyarakat maupun organisasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Terdapat beberapa kendala perusahaan startup dalam membangun inovasi pada perusahaan mereka, salah satunya karena perusahaan kesulitan menemukan ide bisnis yang dibutuhkan oleh konsumen. Pemahaman mengenai cara berpikir desain (design thinking) belum banyak diketahui oleh para pendiri perusahaan. Padahal design thinking sudah sangat banyak digunakan oleh perusahaan di dunia sebagai alat untuk mencari solusi dan ide bisnis yang tepat. Perkembangan perusahaan startup di Tasikmalaya sendiri masih harus ditingkatkan, karena saat ini belum banyak perusahaan startup yang berasal dari Tasikmalaya. Hal ini terjadi karena beberapa faktor, diantara lain Jaringan Internet, Ekosistem Startup, Inkubator Bisnis, Sumber Daya Manusia, Dukungan Pemerintah dan Co-Working Space. Adapun rekomendasi untuk penerapan metode design thinking dalam meningkatkan inovasi perusahaan startup di Kota Tasikmalaya dapat dipilih beberapa strategi diantaranya adanya kegiatan pelatihan di bidang teknologi informasi dan

komunikasi (TIK) agar memiliki mindset sebagai pengusaha berbasis digital yang kreatif dan inovatif. Kemudian diadakan pelatihan design thinking bagi para pelaku usaha rintisan di Kota Tasikmalaya. Berikutnya perlu ditingkatkan akses teknologi, SDM, pasar, kualitas produk dan kualitas pelaporan keuangan maupun permodalan bagi pelaku usaha startup di Kota Tasikmalaya. Kemudian yang tidak kalah penting perlunya penyederhanaan proses perijinan dengan menyelenggarakan pelayanan perijinan terpadu bagi pelaku usaha startup serta mengoptimalkan pemanfaatan TIK dalam pelayanan perijinan.

DAFTAR PUSTAKA

- David D (2018). *Design Thinking at Work*. University of Toronto Press, London, United Kingdom.
- Ananda Sabil, B (2018). *Metode Design Thinking Untuk Inovasi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press, Malang.
- Michael, L (2018). *The Design Thinking Playbook*, Wiley, United States of America.
- Kevin, D (2019). *Cara Kreatif Menciptakan Ide Brilian*. Buana Ilmu Populer Kelompok Gramedia, Jakarta.
- David D (2018). *Design Thinking at Work*. University of Toronto Press, London, United Kingdom.
- Ananda Sabil, B (2018). *Metode Design Thinking Untuk Inovasi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press, Malang.

- Michael, L (2018). *The Design Thinking Playbook*, Wiley, United States of America.
- Kevin, D (2019). *Cara Kreatif Menciptakan Ide Brilian*. Buana Ilmu Populer Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Aditya W. (2015). *Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM Di Indonesia*. Prodi Administrasi Bisnis, Universitas Telkom, Bandung.
- David, Fred R. (2009). *Manajemen Strategis Kasus*, Buku 2, Edisi 12. Jakarta.Salemba Empat.
- Duncan, R.B. (1972). *Characteristics of Organizational Environments and Precieved Environmental Uncertainty*. *Administrative Science Quaterly*, Vol.17.
- Dewi, Y. K., & Rosyidie, A. (2008). Kajian pengembangan kawasan capolaga sebagai daya tarik ekowisata. *Jurnal Perencanaan Wilayah Kota*, 19(2), 23–36.
- Echtner, C.M., and B. Ritchie, 1993. The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment, *Journal of Travel Research*, 31 (4): 3 –13.
- Fitzroy, P., dan Hulbert, J. (2005). *Strategiy Management: Creating Value inTurbulent Times*. Jhon Wiley.
- Fitri R. (2018). *Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya*, Universitas Negeri Sunan Ample, Surabaya, Indonesia.
- Fennica, S. (2007). linking *Resource Based View* with business economics of woodworking industri. *Journal of management* , 149.
- Ferreira, J. J. (2011). Contribution of *Resource Based View* and enterpreneurial orientation on small firm growth. *Journal of maangement* , 95.
- Gartner, W.C., 1986, *Temporal Influences on Image Change*, *Annals of Tourism Research*, 13 (4): 635-644.
- Gunawan, D. S., Alhabsji, T., & Rahardjo, K. (2014). *Analisis Lingkungan Eksternal dan Internal Dalam Menyusun Strategi Perusahaan* (Studi Perencanaan Strategi Komoditi Kelapa Sawit, 22–33.
- Hoopes, D. G. (2003). Guest editors' introduction to the special issue: *why is there a resource based view?* . *Strategic management journal* , 889.
- Hall, C. Michael, Sharples, Mitchell, Macionis and Brock C. (2003). *Tourism Around The World: Development, Management, and Markets*. UK:

Butterworth-Heinemann Elsevier Ltd.

Sudarminto, P (2019). <https://medium.com/idea-room/lima-tahapan-dalam-proses-design-thinking>.