

MERUMUSKAN IDE SOLUSI DIGITAL MELALUI METODE DESAIN *THINKING*

Yogi Hady Afrizal¹, Muhammad Fachrul Salam² ,Hilalulya³

^{1,2,3}Institut Teknologi dan Bisnis Kalla

Email: yogihady@gmail.com

Abstract

This activity is a form of Indonesia's attention to bringing out new seeds of young innovators in digital business. with the Hack4ID activity which was organized by the National 1000 startup movement in Makassar City for 2 days with the participation of as many teams as the topic of logistics in MSMEs which produced brilliant ideas that were ready to be tested. This activity was carried out using the design thinking method where participants were faced with initial user problems to create ideas as solutions to the initial problems they encountered from their users.

Keywords: Startup; Desain Thinking; Inovasi; Digital.

Abstrak

Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk perhatian Indonesia untuk memunculkan bibit baru para inovator muda dalam hal bisnis digital. Dengan kegiatan Hack4ID yang di selenggarakan oleh gerakan 1000 startup nasional di kota Makassar selama 2 hari dengan partisipasi sebanyak delapan tim dengan topik logistik pada UMKM (Usaha Mikro Kecil & Menengah) yang menghasilkan ide-ide brilian yang siap di uji. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode desain *thinking* dimana para peserta di hadapkan dengan permasalahan awal *user* hingga penciptaan ide sebagai solusi dari permasalahan awal yang didapatkan dari *user* mereka.

Kata kunci: Startup; Desain Thinking; Inovasi; Digital.

PENDAHULUAN

Seiring dengan pertumbuhan internet yang semakin pesat, jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia pun semakin meningkat. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan beralih proses dari tradisional ke digital. Hal ini mendorong berkembangnya perusahaan-perusahaan digital yang disebut dengan *startup*. Saat ini perkembangan perusahaan *startup* di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat, bahkan banyak bermunculan para pendiri perusahaan-perusahaan tersebut dengan ide, konsep dan konsep yang sangat menarik, bahkan banyak pula UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) yang muncul di Indonesia yang mampu menunjang kehidupan perekonomian negara ini (Bakhar et al., 2023).

Mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan ekonomi digital terbesar di ASEAN, Kominfo mencanangkan program gerakan nasional

1000 *startup* sebagai salah satu kementeriannya. Gerakan nasional 1000 *startup* Kominfo merupakan inisiatif Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo) untuk mendorong perkembangan ekosistem *startup* di Republik Indonesia. Tujuan utamanya adalah melahirkan 1000 *startup* baru yang inovatif dan menjanjikan di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Berdasarkan statistik dari *internet world stats*, Indonesia merupakan salah satu negara yang berada pada urutan ketiga sebagai pengguna internet dibandingkan negara lain yang ada di Asia, yaitu mencapai 212,35 juta jiwa pada maret 2021 (Thalib et al., 2022).

Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan daya saing ekonomi digital Indonesia dan menciptakan lapangan kerja baru. Untuk mencapai tujuannya, Kementerian Komunikasi dan Informatika memberikan berbagai jenis dukungan kepada wirausahawan muda dan *start-up*, termasuk pelatihan, pembiayaan, pendampingan, infrastruktur teknis, dan akses pasar.

Gerakan nasional komunikasi dan informatika 1000 *startup* ingin Indonesia menjadi pusat inovasi dan kreativitas di bidang teknologi serta meningkatkan kontribusi sektor ICT (*Information and Communication Technologies*) terhadap pertumbuhan perekonomian negara. Gerakan 1000 *startups* kemudian secara aktif menyasar generasi muda, khususnya mahasiswa aktif, untuk turut serta menciptakan peluang menggunakan pemikiran desain untuk menghadirkan solusi atas permasalahan yang mereka hadapi.

METODE

Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan teknik *design thinking*. Hal ini dilakukan berkat bantuan moderator yang hadir, berjumlah delapan orang, yang membantu delapan tim menemukan solusi yang tepat terhadap permasalahan yang diangkat oleh masing-masing kelompok.

Pemikiran desain atau "*Design Thinking*" adalah pendekatan pemecahan masalah yang menekankan pemahaman mendalam dari pengguna akhir. *Thinking Design* mencakup serangkaian langkah yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang pengguna, menciptakan solusi inovatif, dan memastikan keberhasilan penerapan solusi tersebut.

Pendekatan ini sangat populer di perusahaan teknologi besar seperti IDEO dan Stanford d.school. Langkah-langkah berpikir desain meliputi:

1. Empati: Langkah ini melibatkan pengamatan langsung terhadap pengguna untuk mendapatkan wawasan yang mendalam tentang kebutuhan, tantangan, dan preferensi mereka. Hal ni memungkinkan tim untuk memahami masalah yang sebenarnya yang harus dipecahkan;

2. Pengelompokan Masalah: Identifikasi dan kelompokkan masalah yang teridentifikasi selama fase pemahaman. Ini membantu dalam menemukan pola-pola dan tren-tren yang mungkin terlewatkan sebelumnya;
3. Penciptaan Ide: Tim mulai menghasilkan beragam gagasan kreatif untuk menyelesaikan masalah yang diidentifikasi sebelumnya. Pendekatan ini mendorong pikiran bebas tanpa batasan;
4. Prototipe dan Uji Coba: Ide-ide yang paling menjanjikan diubah menjadi prototipe sederhana yang dapat diuji oleh pengguna akhir. Pengujian ini memberikan umpan balik langsung yang membantu dalam mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan solusi yang diusulkan; dan
5. Iterasi: Berdasarkan umpan balik yang diterima dari pengujian, solusi-solusi direvisi dan diperbaiki secara berulang untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna.

Desain berpikir menawarkan pendekatan yang terstruktur dan kolaboratif untuk memecahkan masalah kompleks dengan fokus pada pengguna akhir. Ini telah terbukti efektif dalam berbagai konteks, mulai dari pengembangan produk dan layanan hingga perbaikan proses bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan ini dilaksanakan selama dua hari. Di hari pertama di lakukan sesi *brainstorming* terhadap permasalahan dengan 1 topik yaitu “logistik pada UMKM” yang di berikan kepada 8 kelompok.

Pada tahap pertama yaitu empati di laksanakan dengan mendalami dan merasakan permasalahan yang muncul pada bidang logistik yang ada di sekitar Kota Makassar, di tahap Empati ini tim mengupulkan informasi untuk mengesampingkan asumsi pribadi sebagai cara dan upaya untuk mendapatkan wawasan dan informasi tentang pengguna dan kebutuhannya.

Pada tahap kedua tim melakukan pengelompokan masalah dari tahap empati di awal, para anggota tim akan mengemukakan masalah-masalah yang mereka dapati dari proses empati *user* untuk kemudian di kelompokkan menjadi masalah prioritas yang akan di eksekusi oleh tim.

Tahap ketiga merupakan tahap penciptaan ide atau juga di sebut “*Crazy Eighth*”. Metode *crazy eight* merupakan teknik *brainstorming* pada proses *design thinking* dimana tiap anggota tim akan berpikir bebas menemukan 8 ide gila selama delapan menit, dengan estimasi tiap satu menit menghasilkan 1 ide dari permasalahan *user*.

Gambar 1.
Proses Desain Thinking



Gambar 2.
Flyer Kegiatan Hack4ID



Tahap keempat merupakan tahap *prototype* yang dilaksanakan di hari kedua. Pada tahap ini tim akan mengerucutkan ide yang di kumpulkan pada tahap *crazy eight* untuk kemudian di pilih sebagai ide yang akan di implemantasikan atau di buat *prototype* dari permasalahan yang di temukan pada *user*.

Tahap akhir yaitu tahap kelima merupakan tahap uji coba yang di lakukan tim kepada *user* untuk menguji tawaran solusi yang telah mereka rancang untuk menyelesaikan permasalahan *user* mereka. Pada tahap ini sangat diharapkan masukan umpan balik dari *user* agar tim dapat mengembangkan *prototype* menjadi sebuah sistem penuh yang dapat di produksi massal. Salah satu contoh solusi yang hadir di waktu yang tepat yaitu proses transaksi secara *cashless* yang menawarkan kepraktisan efisiensi, reward, dan transparansi informasi keuangan berdampak terhadap minat seseorang dalam menggunakannya (Afrizal et al., 2023).

KESIMPULAN

Kegiatan Hack4ID merupakan salah satu rangkaian penemuan *startup* baru di Indonesia. Proses yang di lakukan pada kegiatan ini merupakan langkah awal dalam menganalisa masalah yang di alami *user* yang akan di kaji dengan proses *desain thinking* untuk menemukan solusi yang tepat dalam memecahkan masalah dengan sentuhan teknologi agar lebih memudahkan masyarakat secara umum.

Kegiatan ini di harapkan memunculkan bibit baru para inovator muda dan wirausahawan muda pada khususnya untuk maju berkontribusi pada bangsa dengan melihat secara utuh masalah masyarakat yang dialami negeri saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada gerakan 1000 *startup* nasional yang telah menyelenggarakan kegiatan ini untuk menjaring inovator muda, khususnya untuk kawasan Indonesia timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, Y. H., Yahya, S. D., & Zakiyabarsi, F. (2023). Menelaah Adopsi Konsumen Pada Cashless Payment Pasca Pandemi Sebagai Upaya Menuju Cashless Society. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 9(2), 313–328.
- Bakhar, M., Harto, B., Gugat, R. M. D., Hendrayani, E., Setiawan, Z., Suriyanto, D. F., Salam, M. F., Suraji, A., Sukmariningsih, R. M., & Sopiana, Y. (2023). *PERKEMBANGAN STARTUP DI INDONESIA (Perkembangan Startup di Indonesia dalam berbagai bidang)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Thalib, I., Araz, R. A., Sucipto, K. R. R., Afrizal, Y. H., & Ahmad, S. (2022). Edukasi Digital Marketing Untuk Mendukung UMKM Bertumbuh Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 22(2), 315–320.