

## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

### Penggunaan *Design Thinking* Untuk Inovasi Produk Jasa Cabut Kost

Mochammad Rifky Pamungkas<sup>1</sup>, Iwan Sukoco<sup>2</sup>

Universitas Padjajaran

[moch20015@mail.unpad.ac.id](mailto:moch20015@mail.unpad.ac.id), [iwan.sukoco@unpad.ac.id](mailto:iwan.sukoco@unpad.ac.id)

#### **Abstract.**

*The current condition of the Covid-19 pandemic in Indonesia has had an impact on all business actors, so that all actors from various business fields need to make a breakthrough in order to be able to compete and survive. The most difficult thing at this time is the conditions that demand to be able to solve problems and be able to be implemented properly in responding to the perceived conditions. One method that can be used is design thinking. Design thinking has five stages of analysis, namely empathize, define, ideate, prototype and test. The purpose of writing this article is to explain the use of design thinking in the Logistics Service business with a qualitative descriptive method with the aim of providing a description of a phenomenon that is currently happening by using scientific procedures to answer actual problems. The result obtained is that the application of design thinking can be used as a reference method for Cabut Kost in developing its business. During the analysis, design thinking can also be used to build the Cabut Kost brand.*

**Keywords:** *Design Thinking, Logistics Service Business, Problem Solving*

## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

#### PENDAHULUAN

Kondisi pandemi Covid-19 ini membuat semua bidang usaha perlu memikirkan langkah-langkah penyesuaian agar usahanya dapat terus berjalan, salah satunya adalah penyesuaian produk dengan melakukan inovasi (Sugangga, 2020). Tetapi pada era pandemi Covid-19 ini, seharusnya kompleksitas kasus bisnis sanggup menuntut pemecahan permasalahan yang solutif serta dapat diterapkan dengan baik dalam menangani hambatan serta tantangan yang dihadapi (Zaki & Sukoco, 2018) Proses inovasi yang diharapkan dapat memuat hal-hal yang berdampak positif seperti solusi yang unggul, biaya perubahan dan minim resiko sehingga dapat diterima oleh pihak-pihak terkait. Salah satu bidang usaha yang tidak terlalu terkena dampak Covid-19 ialah usaha di bidang jasa logistik.

Dampak Covid-19 mempengaruhi dunia pendidikan yang sistem pembelajarannya semua dirubah menjadi sistem pembelajaran *online* untuk menekan jumlah penyebaran kasus Covid-19 di Indonesia. Menurut Pusat Informasi Covid-19 Kota Bandung sampai saat ini ada 19,147 kasus (Satgas Covid-19 Kota Bandung, 2021). Sekitar 11,2% jumlah mahasiswa di Kota Bandung harus merasakan metode perkuliahan secara online, sehingga bagi mahasiswa yang merantau ke kota Bandung harus meninggalkan rumah kost nya dan banyak dibiarkan secara terbengkalai, karena belum dimulai kembali perkuliahan tatap muka.

Hal tersebut dapat dimaksimalkan oleh para pelaku bisnis logistik untuk dapat hadir dan menjadi solusi bagi mahasiswa-mahasiswa yang ingin mengangkut barang-barangnya dengan lebih mudah dan praktis. Salah satu brand yang bergerak pada jasa logistik ialah Cabut Kost. Tetapi

permasalahan yang dialami oleh Cabut Kost itu sendiri ialah belum dapat merambah ataupun menjangkau lokasi yang lebih jauh, sehingga belum dapat melayani orang-orang yang ingin menggunakan jasa Cabut Kost.

Cabut Kost saat ini hanya dapat melayani jasa pengangkutan barang khususnya bagi mahasiswa untuk dapat membereskan kamar kostnya dan membawa pulang barang-barangnya, hanya di lingkup regional saja. Padahal jika berhasil merancang konsep dengan cakupan nasional akan menjadi potensi dan pesaing bagi para pelaku jasa logistik lainnya. Hal tersebut sangat perlu dikembangkan bagi Cabut Kost agar mampu menjawab kebutuhan dan memberikan rasa percaya konsumen secara lebih luas lagi. Menurut Morgan & Hunt (1994), kepercayaan merek (*brand trust*) akan menentukan kesetiaan konsumen terhadap merek dan kepercayaan akan berpotensi menciptakan hubungan-hubungan yang bernilai tinggi.

Dalam pengembangan sebuah konsep produk, salah satu metode yang dapat digunakan ialah design thinking. Secara garis besar metode *design thinking* menggabungkan apa yang diinginkan dari sudut pandang manusia serta memikirkan teknologi yang layak juga biayanya. Beberapa literatur menunjukkan bahwa *design thinking* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap inovasi produk, proses dan organisasi (Eradatifam, Heydarabati & Shahbazi, 2020).

Berdasarkan data-data penelitian terdahulu menyebutkan ada beberapa tantangan untuk penerapan *design thinking*. Contohnya bagi perusahaan, cara kerja metode *design thinking* cukup sulit diterapkan karena dalam proses pengembangan dihadapkan dengan sulitnya mengubah pola pikir, output diluar lingkup

## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

awal, hambatan bahasa/terminologi antara yang menggunakan *design thinking* dan yang tidak menggunakan, tidak ada dukungan manajemen dan ketakutan akan ketidakberhasilan (Carlgren, Elmquist & Rauth, 2016).

Penulisan artikel ini bertujuan untuk memaparkan beberapa gambaran penerapan *design thinking* khususnya di era pandemi Covid-19 ini pada brand Cabut Kost dan dilihat relevansinya. Harapan penulis melalui penulisan artikel ini dapat memberikan nilai tambah (*value added*) dengan observasi dan analisis yang dilakukan.

#### KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Menurut Brown (2013) *design thinking* ialah suatu disiplin yang memakai sensibilitas desainer serta tata cara untuk mencocokkan kebutuhan publik dengan apa yang secara teknologi layak serta apa yang layak bagi strategi bisnis sanggup diganti sebagai nilai pelanggan serta peluang pasar. Dalam tahapannya *design thinking* memiliki tiga proses yaitu:

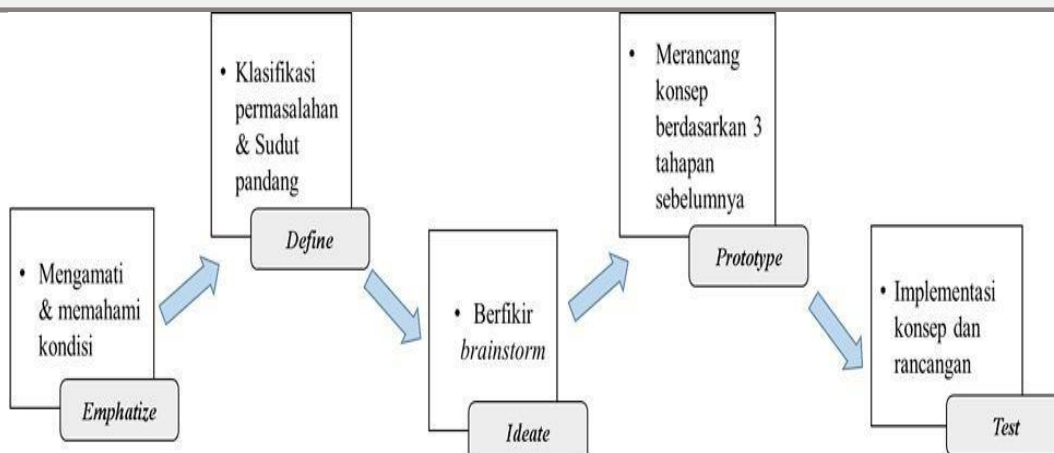
1. Inspirasi, yakni kondisi-kondisi sekitar yang memotivasi untuk mencari solusi;
2. Ideasi, yakni proses menghasilkan, mengembangkan dan menguji ide yang mengarah pada solusi;
3. Implementasi, yakni merencanakan hasil solusi itu ke pasar.

Menurut Brown (2009) bahwa cara berpikir ketiga poin diatas, terlebih apabila hendak menyandarkan diri pada inovasi berkepanjangan hanya sanggup terjalin lewat kerja sama. Seseorang *design thinker* wajib mempunyai: *empathy, integrative thinking, optimism (as value), experimentalism (in heart) and (love) collaboration*.

Menurut Purnomo (2013) di beberapa negara, *design thinking* merupakan sebuah kaidah yang telah dikembangkan dalam berbagai bidang seperti dunia bisnis, pengembangan produk, sosial, budaya, keputusan politik, kebijakan hingga berbagai strategi jangka pendek dan jangka panjang.

Menurut Glinski (2012) *design thinking* lebih kepada mengkolaborasikan proses- proses yang sistematis serta berpusat pada manusia selaku penggunaanya, lewat proses terencana sehingga menciptakan pergantian sikap serta keadaan yang sesuai harapan. Ada empat pilar dalam *design thinking*, ialah pilar penyeimbang, kerangka berpikir, penggunaan perlengkapan (*toolkits*) serta pola pendekatan. Berikut dijelaskan karakteristik dari *design thinking*:

Terdapat pendekatan model *design thinking* yang telah umum dan berkembang, yaitu model 5 tahap yang tahapannya ialah: *empathize, define, ideate, prototype* dan *test*. Meski memiliki 5 tahap tapi sifatnya adalah non-linear (Sugangga, 2020). Dari kelima tahapan tersebut dijelaskan masing-masing tahapannya yaitu: (Geissdierfer et al, 2016).



**Gambar 1** Proses *Design Thinking*

Sumber: Vanada (2014)

1. *Emphatize*: Mengamati yang dicoba pengguna berikut. Teknik interaksi serta lingkungannya guna menguasai apa yang dibutuhkan. Tidak hanya itu, ikut serta langsung membantu memahami nilai-nilai yang dipegang oleh user. Sesudah ikut serta langsung, berarti merasakan pengalaman yang dialami oleh *user*.
2. *Define*: Memastikan permasalahan dengan fokus terhadap user yang khusus bersumber pada kebutuhan pengguna.
3. *Ideation*: Menciptakan inspirasi untuk jadi pemecahan dari satu buah kasus permasalahan.
4. *Prototype*: Mengaplikasikan inspirasi yang telah dikumpulkan ke dalam wujud fisik, berbentuk catatan maupun *storyboard*.
5. *Test*: tidak hanya untuk uji coba, tahapan ini ialah kesempatan untuk membetulkan penyelesaian yang ada serta menciptakannya jadi lebih baik lagi.

## METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk

memberikan penjabaran atau ringkasan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual (Sugiyono, 2011). Studi dengan tata cara pendekatan kualitatif terfokus pada analisis proses berpikir secara induktif (Seixas, Smith & Mitton, 2018).

Tata cara eksploratif digunakan untuk menggambarkan seluruh yang terjalin pada studi terhitung siapa, kapan, di mana ataupun berhubungan dengan ciri suatu indikasi maupun permasalahan sosial, baik berbentuk pola, wujud, dimensi, sampai distribusi (Williams, 2007).

Penggunaan data dalam penulisan artikel ini yaitu menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil survey dan wawancara dengan pemilik Cabut Kost. Data lain yang digunakan yaitu data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber relevan untuk penulisan artikel ini baik dari buku, jurnal, website, dll. Pembahasan dalam penulisan artikel ini menggunakan metode *design thinking* dengan melakukan analisis pada lima tahapan *design thinking* yaitu: *emphatize*,

## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

*define, ideate, prototype* dan *test* pada jasa pengangkutan barang Cabut Kost.

menemukan masalah bahwa mereka belum dapat menjangkau wilayah yang jauh lebih luas, yang artinya banyak orang dengan harapan dapat mengakses Cabut Kost untuk wilayah yang lebih luas lagi.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

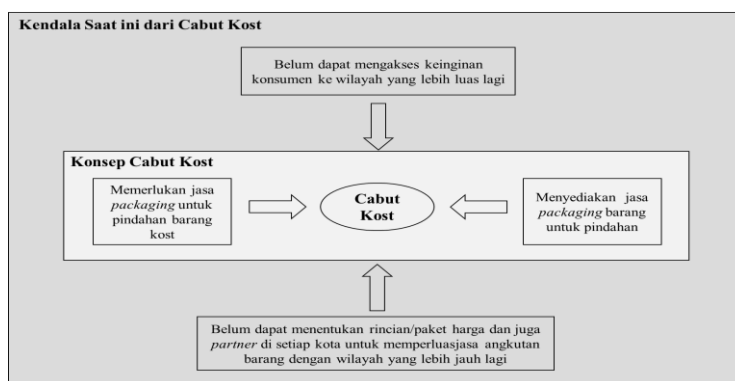
Cabut Kost merupakan sebuah *brand* yang berdiri di Kota Bandung pada Juni 2020 dan digagas oleh Gibran Siswanto. Cabut Kost bergerak pada bidang jasa logistik yang menjual pelayanan pengemasan dan pengiriman barang dari rumah kost khususnya mahasiswa yang ingin pindah baik ke tempat ataupun kota lain. Berikut adalah hasil dan pembahasan mengenai Cabut Kost menggunakan tahapan dan metode *design thinking*:

#### 1. *Emphatize*

Tahapan pertama yaitu *emphatize*, dalam proses ini yaitu bagaimana menggali lebih dalam serta mencari pengetahuan dari pemangku kepentingan maupun stakeholder untuk mendeteksi permasalahan inti. Pada tahapan pertama ini, penulis mengidentifikasi *brand* Cabut Kost ini

#### 2. *Define*

Tahapan kedua yaitu *define*, dalam proses ini yaitu bagaimana menentukan jenis masalah apa yang akan diselesaikan. Setelah melalui tahapan pertama yaitu *emphatize*, penulis mendefinisikan masalah yang dirasakan oleh Cabut Kost ini berpusat pada layanan jasa yang belum dapat dijangkau bagi orang-orang yang ingin memakai jasanya, Cabut Kost melihat masalah ini sudah terjadi dari awal berdiri, masalah utama yang harus diselesaikan ini ialah dengan melakukan *marketing* berupa promosi dan membuat aplikasi di *playstore* dan *app store* bahwa Cabut Kost telah tersedia bagi orang-orang yang ingin pindah dan membawa barang-barangnya ke halaman.



Gambar 2. Konsep dan Kendala dari Cabut Kost

#### 3. *Ideate*

Tahapan ketiga yaitu *ideate*, dalam proses ini lebih kepada melakukan analisis terhadap banyaknya orang yang membutuhkan sebuah terobosan baru, dan memunculkan sebuah ide. Penulis mengarahkan bahwa analisis terhadap

banyaknya minat yang ingin pulang kampung atau ingin melakukan pindahan barang-barangnya tetapi terkendala akses pengangkutan barang khususnya mahasiswa rantau yang saat ini masih menjalani kuliah *online*, munculah ide untuk membuat layanan atau paket jasa angkutan barang

**ENTREPRENEUR**  
**Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan**  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka  
Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941  
Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

yang *low budget* dengan jangkauan yang lebih luas serta membuat sebuah aplikasi yang dapat mudah diakses setiap orang, agar target pasar bukan mahasiswa saja tetapi orang-orang yang membutuhkan jasa pindahan Cabut Kost lah sebagai solusinya

#### 4. Prototype

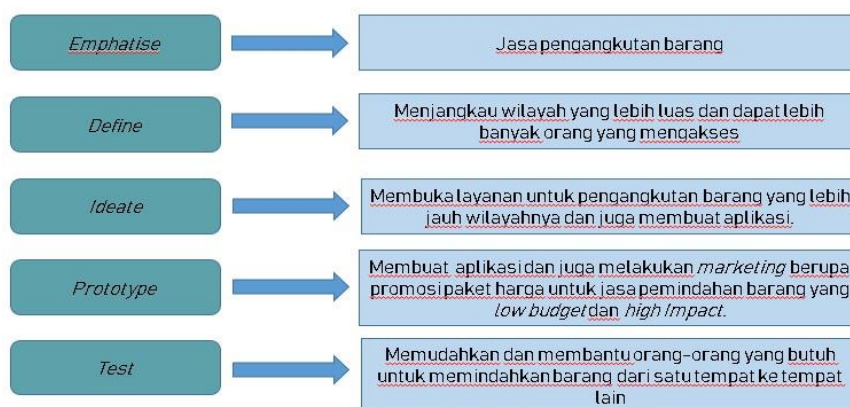
Tahapan keempat yaitu *prototype*, dalam proses ini lebih kepada bagaimana implementasi dengan mengacu pada permasalahan yang telah dirumuskan pada tahapan *emphatize* dan *ideate*. Masalah kurangnya jangkauan akses salah satu solusinya dengan membuat layanan jasa yang memuat harga, dan fasilitas yang ditawarkan bagi pengguna. Selain itu pada layanannya dapat meyakinkan pengguna bahwa dengan *low budget* semua keinginannya dapat tersampaikan dan sesuai keinginan konsumen. Rancangan konsep lainnya yang dapat dilakukan yaitu membuat aplikasi yang mudah diakses oleh banyak orang seperti di *playstore* ataupun di *app store* bahkan dapat juga membuat website dari *brand* Cabut Kost itu sendiri.

#### 5. Test

Tahapan terakhir yaitu *test*, dalam proses ini lebih kepada bagaimana menguji dan memvalidasi *prototype* produk. Sebagai usaha yang bergerak dalam jasa logistik pengangkutan barang, pendekatan yang ditawarkan oleh Cabut Kost sanggup membagikan penyelesaian yang baik bagi penggunaannya dan selain itu juga dapat memberikan kemudahan karena pelayanan dan fasilitas yang diberikan sesuai dengan orang-orang yang mengaksesnya.

Dalam menentukan keberhasilan sebuah konsep yang dirancang Cabut Kost jangan hanya mencari keuntungan semata, tapi juga harus memberikan nilai lebih (*value added*) bagi penggunaannya, dengan melakukan terobosan yang dapat menyelesaikan masalah disekitar, cara ini dilakukan untuk strategi membangun dan mengembangkan sebuah *brand* yang baik, berjangka panjang, dan dapat bersaing dengan *platform* lainnya.

Berikut adalah hasil rangkuman dari pembahasan lima tahapan *design thinking* pada *brand* Cabut Kost yaitu: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Analisis Penggunaan *Design Thinking*

## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

#### SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Metode *design thinking* pada penerapannya dengan melakukan kelima tahapan yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototyping*, dan *test* dapat menggali potensi dan inovasi yang lebih dalam lagi khususnya dalam mengembangkan usaha dengan brand Cabut Kost. Di sisi lain penggunaan metode *design thinking* dapat memberikan sebuah gambaran rencana ataupun solusi yang lebih mudah, fleksibel, terstruktur dan yang terpenting dapat memberikan jawaban atas kebutuhan konsumen.

Saran untuk penelitian mendatang perihal jasa angkutan pindahan barang atau bisnis logistik lebih disarankan kepada pembuatan aplikasi yang nyata agar implementasi dari konsep penelitian ini dapat terealisasi dan dapat menjawab kebutuhan konsumen di masa yang akan datang.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Brown, T. (2009). *Change by Design*. New York: Harper Collins.
- Brown, T. (2013). *Design Thinking*. Harvard Business Review.
- Carlgren Lisa, Maria Elmquist & Ingo Rauth. (2016). *The Challenges of Using Design Thinking in Industry-Experiences from Five Large Firms*. John Willey & Son Ltd.
- Eradatifam, M., Heydarabati, S., & Shahbazi, A. (2020). The Impact of Design Thinking on Innovation., *Journal of Design Thinking*, 1(1), 49-60. doi: <http://doi.org/10.22059/JDT.2020.76036>
- Geissdoerfer, M., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2016). Design Thinking to Enhance the Sustainable Business Modeling Process - A

Workshop Based on A Value Mapping Process., *Journal of Cleaner Production*, 135, 1218-1232. doi: <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.07.020>

- Glinski, P. (2012). *Design Thinking and The Facilitation Process*. Collaborative Design Workshop. NSW, Australia.
- Morgan, R.M. & Hunt, S.D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing., *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38. doi: <http://doi.org/10.2307/1252308>
- Purnomo, Dwi. (2013). Konsep *Design Thinking* bagi Pengembangan Rencana Program dan Pembelajaran Kreatif dalam Kurikulum berbasis Kompetensi. Konferensi Nasional "Inovasi dan Technopreneurship" IPB International Convention Center, Bogor, 18-19 Februari 2013.
- Satgas Covid-19 Kota Bandung. (2021). Pusat Informasi Covid-19 Kota Bandung. Diakses dari <http://covid19.bandung.go.id/>
- Seixas, B. V., Smith, N., & Mitton, C. (2018). The Qualitative Descriptive Approach in International Comparative Studies: Using Online Qualitative Surveys., *International Journal of Health Policy and Management*, 7(9), 778-781. doi: <http://doi.org/10.15171/ijhpm.2017.142>
- Sugangga, Rayan. (2020). Pengembangan Produk Menggunakan Design Thinking Pada Masa Pandemi Covid-19., *Jurnal Akademika*, 18(2), 82-86. <http://dx.doi.org/10.51881/jam.v18i2.191>

## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.

Vanada, D. I. (2014). Practically Creative: The Role of Design Thinking as an Improved Paradigm for 21st Century Art Education., *Techne serien - Forskning i Slöjdpedagogik och Slöjdvvetenskap*, 21(2), 21–33. Diakses dari <https://journals.oslomet.no/index.php/techneA/article/view/1262>

Williams, C. (2007). Research Methods. *Journal of Business & Economics Research*, 5(3), 65-72. doi: <https://doi.org/10.19030/jber.v5i3.2532>

Zaki, Ahmad & Sukoco, Iwan. (2018) Use of Design Thinking at Digital Technology Consultant Company Indie Labtek Bandung. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(2), 123-129. doi: <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v3i2.18469>