

**USE OF DESIGN THINKING AT DIGITAL TECHNOLOGY CONSULTANT COMPANY
INDIE LABTEK BANDUNG**

Ahmad Zaki^{1*}, Iwan Sukoco²

^{1,2}Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran

E-mail : azzakiahmad@gmail.com, iwan.sukoco@unpad.ac.id

ABSTRACT

The complexity of business problems requires solution solving problems and is able to be well implemented in overcoming the obstacles and challenges faced. One method that can be used is the design thinking method carried out by consulting companies in dealing with the problems of their clients. Design thinking is applied to meet client needs for solutions to problems related to their business and technology. The purpose of this study is to describe the use of design thinking in consulting companies with descriptive study methods using literature studies to retrieve data. The results obtained are the use of design thinking to be the main method in Labtek Indie for their business activities. As far as observation, design thinking is effective in solving client problems.

Key word: *Design thinking, Consulting firm, Troubleshooting*

**PENGUNAAN DESIGN THINKING PADA PERUSAHAAN KONSULTAN
TEKNOLOGI DIGITAL INDIE LABTEK BANDUNG**

ABSTRAK

Kompleksitas permasalahan bisnis menuntut pemecahan masalah yang solutif dan mampu diterapkan dengan baik dalam mengatasi kendala dan tantangan yang dihadapi. Salah satu metode yang bisa digunakan adalah metode *design thinking* yang dilakukan oleh perusahaan konsultan dalam menghadapi problematika klien mereka. Design thinking diterapkan untuk memenuhi kebutuhan klien akan solusi permasalahan yang berkaitan dengan bisnis dan teknologi mereka. Tujuan penelitian ini untuk memaparkan penggunaan *design thinking* dalam perusahaan konsultan dengan metode studi deskriptif menggunakan studi literatur untuk mengambil data. Hasil yang didapatkan adalah penggunaan *design thinking* menjadi metode utama di Labtek Indie untuk aktivitas bisnis mereka. Sejauh pengamatan, *design thinking* efektif dalam pemecahan permasalahan klien.

Kata kunci: *Design thinking, Perusahaan konsultan, Pemecahan masalah*

PENDAHULUAN

Kompleksitas permasalahan bisnis menuntut pemecahan masalah yang solutif dan mampu diterapkan dengan baik dalam mengatasi kendala dan tantangan yang dihadapi. Dalam dunia konsultan, klien menuntut solusi permasalahan yang solutif dan mampu diimplementasikan secara nyata dalam realita bisnis. Salah satu metode yang dapat diterapkan perusahaan konsultan adalah metode *design thinking*. Secara harfiah, *design thinking* bisa dipahami sebagai sebuah metode yang ditujukan untuk mendesain cara seseorang berfikir. Menurut sejarahnya, *Design Thinking* adalah sebuah metode pemecahan masalah yang pertama kali dikembangkan oleh Tim Brown. Pemecahan masalah ini dinilai efektif karena dapat menghasilkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan *user*. Meski istilah *design thinking* telah dikenal secara luas, tetapi tidak semua orang memahami apa esensi dari *design thinking* dan bagaimana metode tersebut diimplementasikan.

Banyak pemikir metode desain selalu menyampaikan isu bahwa strategi inovasi yang dilakukan oleh suatu konsultan desain, akademisi, dan peneliti ilmiah adalah berbeda (Simons, Gupta, Buchanan, 2011). Di sisi lain Simons dan kawan-kawan setuju bahwa saat ini sedang berjalan fenomena menarik yang memberi pengaruh dalam proses pekerjaan kreatif di berbagai bidang, termasuk di dunia pendidikan atau pembelajaran, yakni *design thinking*. *Design thinking* adalah pola pikir yang sekarang menjadi fenomena di banyak negara dan di berbagai bidang.

Pink (2005) mengungkapkan bahwa di era kreativitas, keterampilan yang berbeda dari era sebelumnya diperlukan. Salah satu kemampuan penting adalah kemampuan desain. Avital dan Boland (2008) menyebut kemampuan ini sebagai *design attitude*. Fenomena gerakan pemikiran kreatif melalui pemikiran desain sudah diprediksi oleh beberapa ahli. Dr Edward de Bono, salah satu pakar terkemuka pada kreativitas dan cara berpikir, telah menyarankan bahwa desain sebenarnya berakar pada kemampuan berpikir yang berbeda yang

disebut "*design thinking*". Cara berpikir tradisional kita terutama didasarkan pada pengenalan pola (misalnya analisis, penilaian, dan logika). Sementara itu, berbeda dalam kemampuan berpikir desain yang didasarkan pada pola baru penciptaan. Pola berpikir kreatif (*creative thinking*) sebagai komponen penting *design thinking* sudah seharusnya dilihat untuk menjadi bagian penting pengajaran di semua sektor seperti halnya *critical thinking* dan jangan dipandang sebagai pemberian mistik yang tidak dapat diajarkan (De Bono, 2000). Hal inilah yang membedakan bagaimana pola *creative thinking* atau *design thinking* selalu mendasarkan pada persepsi, posibilitas, dan praktek, sementara di *critical thinking* selalu mendasarkan pada analisis, fakta temuan, dan justifikasi. *Critical thinking* adalah cara kerja linier yang kita kenal sekarang sebagai suatu metode ilmiah, sehingga tidak dipungkiri bahwa hasilnya cenderung bersifat *improvement* (perbaikan), bukan inovasi (Suprobo, 2014)

Labtek Indie merupakan perusahaan konsultan teknologi digital yang berbasis di Bandung yang telah lama berdiri. Labtek Indie melayani beragam klien dalam bidang konsultasi bisnis dan teknologi. Labtek Indie memproklamirkan diri sebagai konsultan yang menggunakan *design thinking* sebagai pembuka jasa konsultasi mereka (www.labtekindie.com). Labtek Indie menerima klien dari berbagai sektor industri bisnis namun tetap konsisten dengan penggunaan metode *design thinking*.

TINJAUAN PUSTAKA

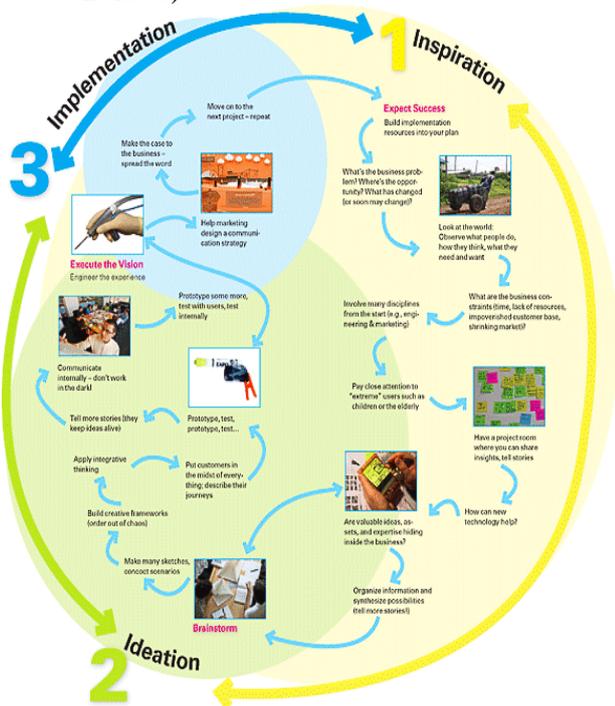
Design Thinking

Design thinking merupakan sebuah disiplin yang menggunakan sensibilitas desainer dan metode untuk mencocokkan kebutuhan masyarakat dengan apa yang secara teknologi layak dan apa yang layak menurut strategi bisnis dapat diubah menjadi nilai pelanggan dan peluang pasar (Brown, 2013: 2). Terdapat tiga proses dalam *Design thinking*, yakni:

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.

Gambaran proses *design thinking* tersebut, terlihat dalam gambar di bawah ini (Brown, 2013: 5):



Tim Brown memulai dengan menggambarkan bahwa pemikiran yang komprehensif dan berpusat pada manusia – *human centered* (serta kebutuhannya) menuju suatu inovasi berkelanjutan adalah apa yang dibutuhkan saat ini. Ia mengatakan bahwa cara berpikir seperti inilah yang disebut *design thinking*. Cara berpikir ini akan tetapi bukan lagi cara berpikir yang mutlak milik seseorang (*lone genius*). Brown mengatakan bahwa cara berpikir ini, apalagi apabila hendak menyandarkan diri pada inovasi berkelanjutan hanya dapat terjadi melalui kolaborasi. Seorang *design thinker* harus memiliki: *empathy*, *integrative thinking*, *optimism (as value)*, *experimentalism (in heart)* and *(love) collaboration* (Brown and Katz, 2009)

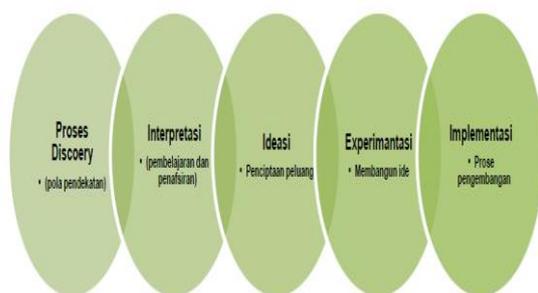
Penjelasan lebih lanjut mengenai *design thinking* adalah sebagai suatu pola pemikiran dari kaca

mata desainer yang dalam memecahkan masalahnya selalu dengan pendekatan *human oriented*. Di beberapa negara, kaidah ini telah dikembangkan dalam berbagai bidang seperti dunia bisnis, pengembangan produk, sosial, budaya, keputusan politik, kebijakan hingga berbagai strategi jangka pendek dan jangka panjang (Purnomo, 2014). *Design Thinking* mengkolaborasikan proses-proses sistematis yang berpusat pada manusia sebagai penggunaannya melalui proses terencana sehingga menghasilkan perubahan perilaku dan kondisi yang sesuai harapan. Terdapat empat pilar dalam *design thinking*, yakni pilar keseimbangan, kerangka berpikir, penguasaan alat/*toolkits* dan pola pendekatan (Glinski, 2012).

Kesetimbangan merupakan pilar pertama dalam kaidah *Design Thinking*, konsep kesetimbangan akan kebutuhan digunakan untuk membuktikan bahwa sebuah inovasi harus dapat diselenggarakan dan dibuktikan dengan sebuah penciptaan. Dalam dunia bisnis, banyak reasoning dilakukan secara induktif, sedangkan cara deduktif sering digunakan untuk memprediksi kondisi di masa yang akan datang. Kondisi lain terjadi di dunia desainer. *Reasoning* dilakukan secara abduktif untuk menemukan konklusi tanpa kebenaran eksplisit, sehingga yang perlu dilakukan adalah dengan menyeimbangkan kedua mazhab dan pemikiran di atas. Pilar kedua adalah adanya kerangka berpikir yang tepat. Dalam proses berinovasi dibutuhkan pencarian ide-ide baru dengan melakukan penelitian, pola interaksi dan mempelajari mengenai apa yang baru dan datang untuk menginformasikan untuk menghasilkan sebuah persepsi yang berpusat pada manusia (*human-centered*). Pada pilar yang ketiga adalah alat atau *toolkit* (Purnomo, 2014).

Proses inovasi membutuhkan cara-cara baru dalam mempresentasikan ide-ide. Banyak perancang melakukan berbagai cara seperti menggambar, mengilustrasikan, membuat prototipe, proses bercerita, komunikasi verbal dan berbagai dokumentasi dilakukan untuk mempresentasikan ide. Dalam dunia nyata, hal-hal tersebut dilakukan dan dieksplorasi untuk dapat mengkomunikasikan ide dengan lebih

efektif. Pilar yang terakhir adalah pola pendekatan. Proses inovasi dapat menjadi proses organisasi yang sistematis, dan *design thinking* adalah sebuah proses bermain dan belajar yang menarik dan mampu menstimulasi pelakunya dengan sangat baik. Namun jika tanpa kerangka berpikir dan berkegiatan yang baik maka proses inovasi tidak akan berjalan dengan baik. Dengan empat pilar tersebut, *design thinking* dapat melengkapi proses konsultasi agar proses penguasaan kompetensi dapat berjalan lebih efektif dengan pola konsultasi yang menyenangkan dan menstimulasi mahasiswa untuk mampu berpikir secara kreatif dan kritis (Purnomo, 2014). *Design thinking* yang didalamnya mengedepankan proses *Discovery- Interpretation-Ideation-Experimentation-Creation* ternyata dapat diterapkan dalam pola pengembangan dan pelaksanaan proses konsultasi yang inovatif seperti diilustrasikan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 2. Proses konsultasi dengan kaidah *Design Thinking*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian studi literatur dengan mencari referensi teori yang relevan dengan kasus atau permasalahan yang ditemukan. Studi literatur adalah cara yang dipakai untuk menghimpun data—atau sumber-sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penelitian. Studi literatur didapat dari berbagai sumber, jurnal, buku dokumentasi, internet dan pustaka. Data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dengan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang kemudian

disusul dengan analisis, tidak semata-mata menguraikan, melainkan juga memberikan pemahaman dan penjelasan secukupnya. Data sekunder yang diambil berdasarkan referensi dari website resmi labtek indie yaitu <https://labtekindie.com/>.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi Hasil dan Pembahasan

Penggunaan Design Thinking di Labtek Indie

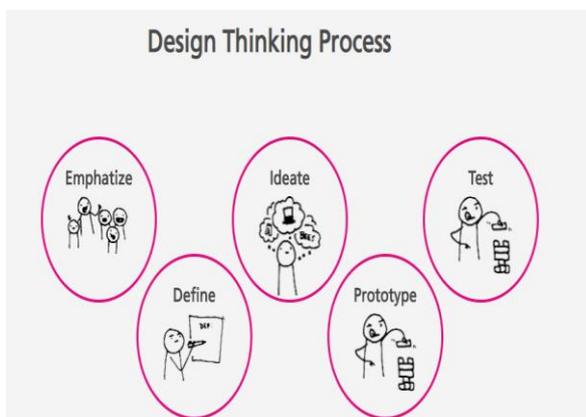
Labtek Indie merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan *design thinking* sebagai *guideline* dalam kegiatan bisnisnya. Sebagai inti dari Labtek Indie, *design thinking* tidak hanya menjadi *framework* dari kegiatan *internal-operational* perusahaan, tetapi juga di dalam kegiatan bisnis bersama dengan klien Labtek Indie. Pemilihan *design thinking* tidak didasarkan hanya kepada fleksibilitasnya terhadap multi disiplin, tetapi juga terhadap keefektifannya dalam memecahkan sebuah masalah melalui sebuah inovasi. Mengutip perkataan Tim Brown, sebagai pengembang metode *design thinking*, inovasi cenderung bersifat “*technocentric*”. Maksudnya adalah, sebuah gagasan dapat disebut sebagai sebuah inovasi jika memenuhi syarat “*technology feasible*”. Selain itu, sebuah inovasi juga harus mendorong ekonomi perusahaan dan memenuhi “*desirability*” dari penggunaannya. *Design thinking* dikembangkan berdasarkan tiga nilai tersebut. *Design thinking* diciptakan sebagai sebuah pendekatan untuk mengubah sebuah ide menjadi sebuah inovasi yang memenuhi syarat dari ketiga komponennya: manusia, bisnis dan teknologi.

Perkembangan teknologi yang begitu pesat dapat memberikan begitu banyak dampak positif, tetapi tidak sedikit perusahaan menjadi ‘latah’ dalam mengimplementasikannya. Pengetahuan mengenai *trend* teknologi terbaru memang perlu diketahui, tetapi tidak semuanya dapat diimplementasikan. Hal ini dikarenakan apa yang teknologi baru tawarkan belum tentu sesuai dengan apa yang konsumen atau *user* anda butuhkan. Oleh karena itu proses pendekatan terhadap konsumen perlu dilakukan sebelumnya.

Labtek Indie selalu menempatkan *design thinking* sebagai sebuah ‘pembuka’ sebelum melakukan proses *development* produk teknologi. Dengan *design thinking* yang dilakukan di awal, Labtek Indie dan perusahaan yang mengikuti prosesnya, akan memahami kebutuhan dari *user* yang dituju. Melalui proses ini, tidak hanya kebutuhan yang muncul dipermukaan yang dapat terdeteksi, tetapi juga kebutuhan dasar yang melatarbelakangi adanya kebutuhan-kebutuhan yang lain.

Hal ini tentu saja akan memberikan dampak positif terhadap perusahaan karena produk yang dikembangkannya akan dapat memenuhi kebutuhan dari *user*-nya. Selain itu, proses *design thinking* akan mendorong seluruh anggota yang berpartisipasi untuk meninjau dan memahami kembali *user* yang ditargetkan oleh perusahaan. Ini akan mendorong mereka untuk menciptakan ide-ide yang tepat. Ide-ide ini pada akhirnya akan melahirkan solusi yang cocok dengan kebutuhan yang ada.

Proses *design thinking* yang dilakukan oleh Labtek Indie mengikuti standar dan *guideline* yang diterapkan oleh IDEO U. Berdasarkan hal tersebut, maka terdapat lima tahapan yang bersifat literatif dan *fleksible*, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*.



Studi literasi menunjukkan bahwa proses ini akan terjadi berulang. Saat sebuah ide telah memasuki tahap *test*, *feedback* akan masuk sebagai bahan dasar pengembangan ide di tahap selanjutnya. Tahapan-tahapan Design Thinking tersebut akan dilakukan secara berulang. Tetapi dalam

implementasinya, Labtek Indie akan menganalisis terlebih dahulu tahapan apa saja yang akan dibutuhkan oleh sebuah perusahaan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Tahapan *design thinking* dapat dimulai dari *emphatize*, yakni menggali lebih dalam dan mencari wawasan dari pemangku kepentingan Anda untuk menemukan masalah inti. Tahap kedua adalah *define*, yaitu menentukan jenis masalah apa yang akan diselesaikan. Hal ini penting dilakukan agar mengetahui prioritas dan efektifitas *problem solving* yang akan diambil ke depan sesuai dengan kebutuhan. *Design thinking* yang dilakukan di awal akan menghasilkan keuntungan bagi kedua belah pihak, yaitu pemahaman yang lebih baik mengenai *user*. Solusi dan ide yang hadir juga akan sesuai dengan kondisi, kebutuhan, dan keinginan dari *user*. Proses *design thinking* juga mendorong setiap orang yang berpartisipasi untuk menjadi lebih *open minded* dan aktif untuk berkontribusi. Hal ini dapat memunculkan ide-ide potensial yang mungkin saja tersimpan di benak setiap karyawan tanpa pernah termotivasi untuk mengutarakannya. Ini akan mengeliminasi budaya *free riding* yang biasanya ditemui dalam proses *brainstorming* konvensional.

Tahap ketiga adalah *ideate*, jika memang analisis terhadap *user* telah dilakukan sebelumnya atau, tahapan dapat dilakukan dari *prototyping* ketika ide-ide telah didapatkan tetapi perusahaan tidak memahami bagaimana hal tersebut nantinya akan menciptakan *experience* dari *user*. Perbedaan proses *design thinking* dalam Labtek Indie terdapat pada proses *ideate* atau ideasi. Untuk memenuhi kebutuhan data dari pengembangan produk, terdapat tambahan *feature* yang dimasukkan di dalam proses *Ideate*: *user stories*. *User stories* merupakan *feature* yang mengkombinasikan pemahaman mengenai *stakeholder* dengan proses *generating idea*. Melalui *feature* ini, ide dihasilkan akan spesifik sesuai dengan perspektif *user*, *sales*, *potential buyer* dan bahkan kompetitor. Dengan begitu, ide yang dihasilkan akan tetap *on track* dengan visi diawal proses ini, yaitu memecahkan masalah. Selain itu, hasil dari *user stories* juga merupakan ‘jembatan’ yang

menghubungkan *design thinking* dengan proses selanjutnya, yaitu Scrum.

Tahap keempat adalah *prototype*, yakni mengubah ide menjadi *rapid prototyping*. *Rapid Prototyping (RP)* dapat didefinisikan sebagai metode-metode yang digunakan untuk membuat model berskala (prototipe) dari mulai bagian suatu produk (*part*) ataupun rakitan produk (*assembly*) secara cepat dengan menggunakan data *Computer Aided Design (CAD)* tiga dimensi. *Rapid Prototyping* memungkinkan visualisasi suatu gambar tiga dimensi menjadi benda tiga dimensi asli yang mempunyai volume. Selain itu produk-produk *rapid prototyping* juga dapat digunakan untuk menguji suatu part tertentu. Beberapa alasan mengapa *rapid prototyping* sangat berguna dan diperlukan dalam dunia industri adalah meningkatkan efektifitas komunikasi di lingkungan industri atau dengan konsumen, mengurangi kesalahan-kesalahan produksi yang mengakibatkan membengkaknya biaya produksi, mengurangi waktu pengembangan produk, dan lain-lain.

Selain melalui proses visualisasi (*prototyping*), Labtek Indie juga memperkuat proses *design thinking* yang dijalankan dengan metode Scrum, sehingga proses pengembangan dapat dilakukan dengan cepat. Proses ini pada akhirnya akan meminimalisasi kesalahan dan kerugian waktu dan sumber daya yang ditimbulkan dari kesalahan dalam proses pengembangan produk teknologi. Dengan menggunakan proses *design thinking*, kesalahan akan lebih cepat terdeteksi dan lebih cepat teratasi, dan produk teknologi yang dihasilkan akan lebih sesuai. Selanjutnya, tahap kelima adalah *test*, yaitu menguji dan memvalidasi prototipe produk.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya, sebagai perusahaan yang fokus terhadap *research* dan *development* dari produk teknologi, Labtek Indie menilai pendekatan yang ditawarkan oleh *design thinking* dapat memberikan solusi yang tepat bagi *user* dari produk teknologi yang diciptakan. Dalam prosesnya, *design thinking*

menggunakan *human-centered approach* yang ditujukan untuk dapat memahami permasalahan ataupun kebutuhan yang dimiliki oleh *user*. Hal ini juga yang menjadi keunggulan dari penggunaan metode *design thinking*. Melalui metode ini, setiap orang yang terlibat di dalam proses, dimotivasi untuk menempatkan dirinya sebagai *user* dari produk teknologi yang akan mereka tawarkan. Apa yang mereka butuhkan, inginkan dan rasakan akan diolah menjadi rangkaian gagasan. Dari rangkaian gagasan tersebut, akan terlahir beberapa solusi konkrit yang pada akhirnya akan diwujudkan secara visual dalam bentuk *prototyping* dan diperkokoh lagi dengan *feedback* dari setiap orang yang terlibat di dalam proses. Sehingga dapat dikatakan Labtek Indie menjadi salah satu perusahaan yang transparan dengan kliennya guna efektifitas dan struktur yang baik.

SIMPULAN

1. Penggunaan *design thinking* menjadi *tools* utama dalam menjalankan bisnis konsultan di Labtek Indie Bandung. *Design thinking* dijadikan pembuka untuk memahami kebutuhan klien secara mendalam kemudian dilanjutkan dengan beragam solusi yang didapatkan dari proses *design thinking*.
2. Dengan *design thinking*, proses penyusunan rencana pencarian solusi menjadi lebih mudah, transparan, terstruktur dan dapat berakibat pada meningkatnya efektifitas konsultasi.
3. Dalam *design thinking* yang biasa digunakan dalam proses perancangan produk dan berkembang pada proses-proses lain pada berbagai bidang seperti politik, sosial dan bisnis, ternyata juga dapat membantu untuk mengembangkan pola pembelajaran kreatif yang berbasis kompetensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Avital, M. & Boland, R.J., (2008), *Managing as Designing with a Positive Lens, Advanced in Appreciative*
- Brown, T. (2013). *Design Thinking*. Harvard Business Review, 1-11.
- Browne, M. N., Keeley, S. M. (2011) *Asking the*

- Right Questions: A Guide to Critical Thinking*. New York: Longman.
- Brown, T. (2009). *Change by Design*. New York: Harper Collins.
- Dahan, E., & Hauser, J. R. (2001). *Product development – Managing a dispersed process*. B. Witz & R. Wensley, eds. *Handbook of Marketing*. Sage Publications, New York, 179-222
- De Bono, Edward, (2000), *New Thinking for the New Millennium*, CA, New Millennium Entertainment
- Dwi Purnomo, 2013. *Konsep Design Thinking bagi Pengembangan Rencana Program dan Pembelajaran Kreatif dalam Kurikulum berbasis Kompetensi*.
- Glinski, P. 2012. *Design Thinking And The Facilitation Process. Collaborative Design Workshop*. NSW, Australia
- Graeber, A, 2012. *Practical PBL Series: Design An Instructional Unit In Seven Phases*. Edutopia.
- Heskett, John. 2005. *DESIGN: A Very Short Introduction*. New York: Oxford.
- Latour, Bruno. (1987). *Science in Action: How to Follow Scientist and Engineers Through Society*. Cambridge, Massachussets: Harvard University Press
- Priyo Subprobo, 2014. *Penerapan Design Thinking dalam Inovasi Pembelajaran Desain dan Arsitektur*
- Shaw, Debra Benita. 2008. *The Key Concept Technoculture*. New York: Berg.
- Toubia, O. (2006). Idea generation, creativity, and incentives. *Marketing Science*, Vol. 25, No. 5, pp. 411-425
- Vianna, M. e. (2011). *Design Thinking: Business Innovation*. Rio de Janeiro: MJV Tecnologia Ltda.
- <https://labtekindie.com/waking-idea-make-works-design-thinking-rescue/>