

Membangun Ide Bisnis *Startup* “Seekerja” dengan Metode *Design Thinking*

Astri Winati

Jurusan Informatika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
16523198@students.uii.ac.id

Beni Suranto

Jurusan Informatika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
beni.suranto@uii.ac.id

Hari Setiaji

Jurusan Informatika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, Indonesia
hari.setiaji@uii.ac.id

Abstract—Jumlah angkatan kerja yang tinggi dengan proporsi jumlah pekerja lepas mencapai porsi 4,55% menjadikan kebutuhan akan pekerjaan yang bersifat fleksibel menjadi tren di Indonesia. Namun, permasalahan yang sering ditemukan adalah sulitnya menemukan informasi terkait pekerjaan yang dibutuhkan dan sesuai dengan keahlian. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengembangkan suatu *online platform* yang akan mempertemukan penyedia dan pencari pekerjaan dalam sebuah aplikasi berbasis *web* yang dinamakan Seekerja. Metode *design thinking* adalah metode yang tepat digunakan dalam penelitian ini karena dapat membantu peneliti untuk melihat dengan sudut pandang objektif dan subjektif dalam pengambilan keputusan, karena dalam proses ideasi dan penentuan solusi didasarkan pengalaman dari calon pengguna sebagai sasaran pasar. Melalui tahap *empathize, define, ideate, prototype, hingga testing*, didapatkan hasil berupa gagasan ide dalam pengembangan *startup* Seekerja. Gagasan ide ini berupa sasaran pasar, penentuan *platform online* berbasis *website*, kategori pekerjaan, sistem pembayaran, hingga proses validasi oleh *expert* dan calon pengguna.

Keywords—*freelance, startup, website, Seekerja, design thinking.*

I. PENDAHULUAN

Startup di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat dan masih berpeluang besar untuk terus berkembang setiap tahunnya. Tercatat dari Februari 2019, menurut Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam Regional Investment Forum (RIF) 2019 jumlah *startup* di Indonesia mencapai 2.070 unit usaha dengan pertumbuhan tertinggi berada pada tiga sektor yaitu *on-demand services, financial technology* dan *e-commerce* [1]. Salah satu faktor kuat yang mendukung perkembangan *startup* di Indonesia adalah pengguna internet di Indonesia yang terus menerus bertambah. Pada tahun 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia diproyeksikan tumbuh 12,6% dibandingkan tahun 2018 dengan total 107,2 juta pengguna [2]. Selain itu, Statista memproyeksikan pengguna internet di Indonesia akan mencapai 20,3 juta orang pada tahun 2023, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% [2].

Salah satu sektor *startup* yang sedang berkembang dan banyak diminati di Indonesia adalah *e-commerce*. Dengan

kemudahan dan biaya yang relatif murah dalam transaksi, perkembangan *e-commerce* di Indonesia berpotensi terus meningkat. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) dalam Data Sensus Ekonomi 2016, *e-commerce* di Indonesia tumbuh sekitar 17% dalam 10 tahun terakhir dengan jumlah usaha mencapai 26,2 juta unit usaha dan diproyeksikan akan terus bertambah setiap tahunnya. Perkembangan dan banyaknya *e-commerce* yang ada di Indonesia, secara tidak langsung membentuk pasar atau arena perdagangan tersendiri yang disebut *e-marketplace* yang mempertemukan penjual dan pembeli baik perorangan hingga perusahaan untuk saling berinteraksi tanpa terbatas teritori ruang dan waktu [3].

Saat ini, *e-marketplace* di Indonesia lebih didominasi oleh *e-marketplace* yang menawarkan produk berupa barang daripada jasa seperti Shopee, BukaLapak, Lazada dan Tokopedia. Meskipun belum begitu berkembang, *e-marketplace* yang menawarkan produk berupa jasa yang ditawarkan melalui situs hingga aplikasi juga mulai bermunculan, seperti *projects.co.id, upwork, sejasa* dan *Kerjaholic*. *E-marketplace* jasa serupa ini dapat menjadi wadah untuk mempertemukan pencari dan penyedia pekerjaan secara lebih mudah melalui sebuah *online platform*.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2019, dari 129,36 juta angkatan kerja di Indonesia, pekerja lepas (*freelancer*) mengambil porsi 4,55% atau berjumlah sekitar 5,89 juta [4]. Hal ini mengindikasikan bahwa kebutuhan akan pekerjaan yang bersifat fleksibel tanpa terikat pada sebuah instansi menjadi sebuah tren tersendiri di Indonesia. Kebutuhan akan jasa *design, video editing, hingga pekerjaan rumah tangga* merupakan beberapa contoh jenis pekerjaan yang sering dicari oleh para pekerja lepas. Namun, berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan, 75% dari total responden berpendapat bahwa masalah terbesar yang dihadapi sebagai pekerja lepas adalah sulitnya menemukan informasi terkait pekerjaan yang diinginkan dan sesuai dengan keahlian. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan dibuat sebuah *platform e-marketplace* yang akan menghubungkan para pencari dan penyedia pekerjaan lepas (*freelance*) tanpa batasan kategori tertentu yang akan dinamakan “Seekerja”.

Pada dasarnya, *e-marketplace* serupa Seekerja telah banyak tersedia, namun memiliki beberapa kekurangan. Salah satu

kekurangan dari *e-marketplace* jasa saat ini adalah kategori pekerjaan berbasis proyek yang dibagi menjadi pekerjaan *online* dan *offline*. Contoh kategori pekerjaan *online* adalah *design* dan pembuatan *website*. Sedangkan contoh pekerjaan *offline* adalah teknisi. Masih sedikit *platform e-marketplace* yang menyediakan satu pekerjaan yang bisa dikerjakan secara *online* maupun *offline*. Kelemahan lain dari *e-marketplace* jasa yang telah tersedia adalah banyaknya keluhan dari penyedia jasa akan adanya *user* “bayangan”, yaitu pencari pekerjaan yang ikut melakukan *bidding* salah satu pekerjaan, namun *user* tersebut tidak melanjutkan ke tahap selanjutnya. Bahkan ketika *user* tersebut telah ditetapkan sebagai pemenang *bidding* pekerjaan tersebut.

Selain itu, *e-marketplace* jasa yang telah ada sekarang juga memiliki sistem dimana penyedia jasa pekerjaan harus menjadi mitra sehingga memiliki proses registrasi yang cukup panjang. Adapun dari mitra tersebut harus membeli sebuah kupon untuk dapat memilih *customer* yang telah melakukan *bidding*. Padahal *customer* tersebut juga belum tentu untuk memilih secara pasti penyedia jasa yang akan dipilihnya.

Oleh karena itu, penelitian ini berusaha untuk melengkapi kekurangan-kekurangan *e-marketplace* jasa yang telah ada melalui *platform* Seekerja. Seekerja akan menghubungkan penyedia dan pencari jasa melalui *website*, dimana *user*nya dapat berperan sebagai penyedia dan pencari pekerjaan sekaligus. Pencari pekerjaan merupakan pengguna yang dapat melihat dan melakukan *bidding* suatu pekerjaan tertentu, sedangkan pemberi pekerjaan adalah pengguna yang dapat menawarkan pekerjaan tertentu dan juga dapat memilih pekerjanya untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut. Selain itu, Seekerja akan melakukan simplifikasi proses registrasi secara *online* tanpa harus menjadi mitra dari Seekerja. Pencari pekerjaan dapat melakukan penawaran harga dan sebagai pemberi pekerjaan dapat memilih pekerja sesuai dengan keinginan. Adapun proses *bidding* ataupun *posting* pekerjaan dengan berbagai kategori pekerjaan tidak dipungut biaya apapun. Kategori pekerjaan dapat berupa pekerjaan yang dikerjakan secara *online* maupun *offline*.

Dalam perintisan bisnis Seekerja, metode *design thinking* dilakukan untuk proses membangun ide dan inovasi Seekerja. *Design thinking* dipilih sebagai metode dalam merintis Seekerja karena inti dari metode ini adalah menjadikan manusia sebagai pusat proses inovasi yang lebih ditekankan kepada *observation*, *collaboration*, *fast learning*, *visualizations of ideas*, *rapid concept prototyping* dan *business analysis*, dan juga sangat berpengaruh terhadap pada inovasi dan strategi bisnis [5]. Selain itu, metode *design thinking* menggabungkan wawasan dan pemahaman menggunakan *designers' development of empathy* untuk melihat dan memahami kebutuhan dan keinginan pengguna baik yang diungkapkan ataupun yang tidak bisa diekspresikan oleh pengguna. Adapun pada proses dalam *design thinking* dapat membantu peneliti untuk melihat dengan sudut pandang objektif dan subjektif dalam pengambilan keputusan karena dalam proses ideasi dan penentuan solusi didasarkan pengalaman dari calon pengguna sebagai sasaran pasar [6]. Sehingga, metode *design thinking* diharapkan menjadi metode yang relevan dalam membangun dan menggali ide untuk merintis bisnis Seekerja.

II. METODE PENELITIAN

Dalam merintis bisnis Seekerja, proses membangun dan validasi ide dilakukan dengan metode *design thinking*. Metode *design thinking* dipilih karena setiap proses dalam metode ini berasal dan ditujukan kepada pelanggan atau konsumen yang merupakan pengguna akhir dari produk dan jasa yang akan dihasilkan [7]. *Design thinking* memiliki lima tahap dalam prosesnya yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* [8].

A. Empathize

Tahap ini berfokus kepada pada *user*, yaitu calon pengguna dari Seekerja. Terdapat tiga tahap utama dalam *empathize*, yaitu *observe*, *engage*, dan *immerse* [9]. Pada tahap *observe*, akan diamati perilaku dan cara berinteraksi *user* dengan lingkungannya. Selanjutnya, tahap *engage* dilakukan dengan terlibat langsung dengan *user* dalam membantu mengungkapkan cara berpikir. Sedangkan *immerse* dilakukan dengan merasakan situasi yang sama dengan *user*. Keluaran dari tahap ini berupa sejumlah informasi yang akan dijadikan acuan awal untuk membangun ide untuk *e-marketplace* jasa Seekerja, melalui wawancara dan penyebaran kuisioner *online*. Informasi yang dikumpulkan terkait kebutuhan, pengetahuan, serta perilaku masyarakat terhadap *e-marketplace* jasa yang akan dikembangkan yaitu Seekerja.

B. Define

Di tahap ini informasi yang didapatkan pada tahap *empathize* akan dianalisis dan disintesis sehingga menghasilkan wawasan yang bermakna berupa kebutuhan pengguna terhadap Seekerja sebagai *e-marketplace* jasa yang akan dibuat dan dikembangkan. Selain itu, didapatkan juga hasil analisa dari *e-marketplace* jasa yang sudah ada dan serupa dengan Seekerja atau biasa disebut dengan hasil analisis kompetitor. Wawasan ini kemudian digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan yaitu validasi ide dan inovasi berbasis pengguna dalam membangun *startup* Seekerja.

C. Ideate

Tahap ini berfokus kepada pencarian dan penetapan solusi terhadap *statement* permasalahan yang sudah ditetapkan pada tahap *define*. Teknik ideasi yang dipilih adalah *brainstorming* bersama anggota tim yaitu tim peneliti dan juga selaku *fonder* yang terdiri dari tiga orang dengan masing – masing peran adalah *hustler*, *hipster* dan *hacker* untuk mencari dan menciptakan solusi sebanyak-banyaknya. *Brainstorming* mendorong setiap anggota tim untuk mengemukakan ide sebagai alternatif penyelesaian masalah sembari menahan kritik dan penilaian [10]. Dalam proses *brainstorming* terdapat beberapa aspek yang ditentukan seperti menentukan sasaran pasar, menentukan jenis *platform* yang akan digunakan, menentukan kategori pekerjaan untuk Seekerja, menentukan target pengguna untuk Seekerja, menentukan proses sistem dari Seekerja hingga menentukan sistem pembayaran yang akan digunakan dalam Seekerja.

D. Prototype

Di tahap ini dilakukan pembuatan *prototype* Seekerja sebagai bentuk nyata dari sebuah ide yang sudah dirancang. Tujuan dari tahap ini adalah sebagai wadah validasi dan mempercepat eksekusi akhir dengan memperhatikan kelayakan serta kesesuaian dengan pengguna [11]. Dengan menggunakan *tools* *mockingbot.in*, *prototype* Seekerja dibuat berdasarkan desain antarmuka yang memungkinkan interaksi antara *prototype* dan calon pengguna sehingga memudahkan untuk mendapatkan umpan balik dari calon pengguna.

E. Test

Pada tahap ini, dilakukan pengujian *prototype* yang sudah dibuat di tahap sebelumnya untuk memonitor respon dan anggapan dari calon pengguna terhadap Seekerja [9]. *Prototype* yang merupakan visual dari ide Seekerja akan diuji kepada calon pengguna dan anggota tim. Selain itu, dilakukan pengujian kepada beberapa ahli melalui aktifitas *pitching* dengan IBISMA UII dan *event* yang diadakan oleh JDV atau Jogja Digital Valley terkait ide bisnis Seekerja sebagai *startup*. Di tahap pengujian ini, apabila *feedback* yang diberikan belum sesuai dengan harapan pengguna maka akan dilakukan ulang tahap *emphatize* atau *define*, namun apabila *feedback* yang diberikan positif atau bisa diterima oleh pengguna maka ide serta masukan dari *prorotype* tersebut dapat dijadikan acuan untuk inovasi ide bisnis Seekerja

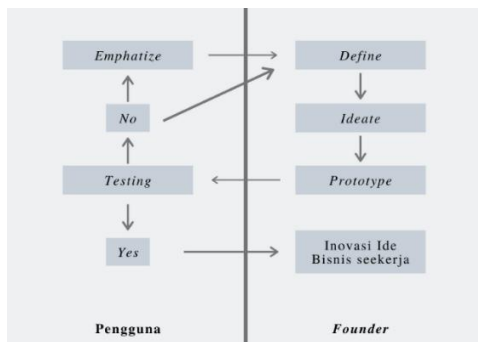


Fig. 1. Tahapan *design thinking* [5]

Selain itu, sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2014), data primer adalah data yang mengacu pada informasi dari informan objek penelitian secara langsung yang berkaitan dengan tujuan secara spesifik [5]. Data primer dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur kepada target calon pengguna awal dari Seekerja yaitu mahasiswa Yogyakarta dan ibu-ibu yang sudah menikah berusia sekitar 24-27 tahun. Wawancara semi terstruktur termasuk kedalam *in-dept interview* yang dimana pelaksanaannya lebih bebas dan memiliki tujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka akan pendapat serta ide-ide dari pihak yang diajak wawancara [12]. Wawancara semi terstruktur ini dilakukan secara *offline* atau berhadapan secara langsung dan secara *online* menggunakan aplikasi Whatsapp. Selain dengan wawanara semi terstruktur, data primer dikumpulkan melalui *google form* yang disebarakan melalui Twitter, *goup chat* Whatsapp dan *goup chat* Line.

Sedangkan data sekunder menurut Sugiyono (2014) adalah data yang mengacu pada informasi yang didapatkan secara tidak langsung, hasilnya didapat dari studi kepustakaan seperti jurnal terdahulu, buku pengetahuan dan literatur lain serta internet [5]. Data sekunder didapatkan melalui internet, jurnal terdahulu serta informasi yang berasal *e-marketplace* jasa yang telah ada dan serupa dengan Seekerja. Data ini digunakan sebagai dasar dan acuan membangun *startup e-marketplace* Seekerja.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seekerja adalah *e-marketplace* jasa berbasis *website* yang akan dikembangkan menjadi sebuah *startup*. Ide Seekerja kemudian dikembangkan dengan mengimplementasikan *design thinking* sebagai salah satu metode yang *customer oriented* untuk mengumpulkan informasi hingga validasi ide Seekerja.

A. Deskripsi Seekerja

Seekerja merupakan *e-marketplace* jasa dengan model bisnis *costumer to costumer* (C2C) yang menghubungkan antara pencari dan penyedia pekerjaan tanpa terikat instansi tertentu dengan berbagai macam kategori pekerjaan yang disediakan. Seekerja memungkinkan pengguna untuk mempunyai dua *role* sekaligus yaitu sebagai pencari pekerjaan dan penyedia pekerjaan. Penyedia pekerjaan merupakan pengguna yang dapat melakukan *posting* pekerjaan tertentu dan memilih pekerjaannya. Sedangkan pencari pekerjaan merupakan pengguna yang dapat mencari pekerjaan, melakukan *bidding* dan melakukan penawaran harga terhadap suatu pekerjaan.

Selain itu, pengguna Seekerja yang berperan sebagai pencari pekerjaan dapat melakukan proses penawaran harga terhadap pekerjaan yang telah di *posting*. Adapun pengguna Seekerja yang berperan sebagai penyedia pekerjaan dapat menerima atau mempertahankan harga yang telah dipasang atas pekerjaan tertentu.

B. Sasaran Pasar

Dalam mengembangkan ide Seekerja untuk menjadi sebuah *startup*, penentuan sasaran pasar dilakukan terlebih dahulu oleh anggota tim selaku *founder* dari Seekerja. Penentuan pasar dilakukan ditahap awal sebagai acuan dalam melakukan validasi ide Seekerja dengan metode *design thinking*. Hal ini dikarenakan konsumen yang terlalu heterogen dan menghasilkan kebutuhan yang juga beragam sehingga pentingnya dari sebuah *startup* untuk menentukan pasar yang ingin dituju terlebih dahulu [13]. Maka dengan menentukan sasaran pasar terlebih dahulu, proses identifikasi peluang pasar dan validasi ide dapat dilakukan dengan baik dan terarah untuk mengembangkan produk Seekerja.

Sasaran pasar Seekerja dibagi menjadi tiga bagian yaitu *reachable market*, *potential market*, dan *Total Available Market* (TAM). *Reachable market* merupakan sasaran pasar dari Seekerja yang akan disasar terlebih dahulu, yaitu dimulai dari kota Yogyakarta dengan target pengguna awal adalah mahasiswa Yogyakarta dan ibu – ibu yang sudah menikah berusia sekitar 24 – 27 tahun. *Potential market* merupakan sasaran pasar dari Seekerja yang memiliki potensi untuk menggunakan Seekerja yaitu masyarakat Indonesia yang memiliki keahlian serta waktu luang untuk menyelesaikan suatu

pekerjaan serta masyarakat Indonesia yang membutuhkan bantuan jasa. Sedangkan *Total Available Market* atau TAM merupakan sasaran pasar yang paling besar dari Seekerja yaitu seluruh masyarakat Indonesia yang menggunakan internet.

C. Platform yang Digunakan

Dalam pengembangan *startup* Seekerja sebagai *e-marketplace* jasa, jenis *platform* yang digunakan sebagai awal pengembangan adalah *website*. Berdasarkan informasi yang dikumpulkan pada tahap *empathize* dan proses *brainstorming* pada tahap *ideate*, *website* dipilih sebagai *platform* Seekerja karena biaya pengembangan relatif lebih murah dan kemudahan untuk melakukan *branding* dengan adanya SEO atau *Search Engine Optimization* yang digunakan untuk mendatangkan *traffic* jangka panjang dan SEM atau *Search Engine Marketing* yang digunakan untuk mendorong adanya aktifitas melalui *website* Seekerja [14].

Website Seekerja yang dikembangkan akan dibuat *responsive* sehingga bisa digunakan di berbagai browser media elektronik seperti *personal computer*, *computer*, *tablet* hingga *handphone*. Selain bisa digunakan di berbagai media elektronik untuk mengakses Seekerja, *website* juga dapat memudahkan menjangkau target pengguna dan seluruh lapisan pengguna internet secara langsung tanpa harus adanya proses instalasi aplikasi untuk mencoba menggunakan Seekerja. Sehingga dengan demikian proses *testing* dan analisa pasar terhadap *fitur* Seekerja bisa terus dilakukan untuk mencapai pasar yang *fit* yang kemudian digunakan untuk pengembangan berlanjut ke *platform* lainnya yaitu *mobile application*.

D. Kategori Pekerjaan

Seekerja merupakan *e-marketplace* jasa yang memungkinkan penggunaannya untuk *posting* dan *searching* berbagai kategori pekerjaan. Namun sebagai *startup* yang baru dikembangkan dilakukan penentuan kategori pekerjaan awal dari Seekerja. Kategori pekerjaan dalam Seekerja terdiri dari pekerjaan yang dapat diselesaikan secara *online* dan *offline*.

Berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan melalui tahap *empathize* dengan wawancara dan penyebaran kuisioner *online* kategori pekerjaan yang paling banyak di inginkan oleh target pengguna adalah pekerjaan tanpa terikat dengan instansi tertentu dan pekerjaan yang lebih fleksibel dalam pengerjaannya. Selain itu, jasa yang paling sering dicari atau dibutuhkan adalah jasa *design* grafis, jasa pembuatan sistem atau pekerjaan yang berhubungan dengan *coding*, jasa untuk menjadi *volunteer* di berbagai macam acara, jasa reparasi barang hingga jasa untuk kebutuhan rumah tangga seperti bersih – bersih rumah.

Sehingga dengan informasi yang didapatkan kemudian diolah pada tahap *define* dan *brainstorming* bersama dengan anggota tim pada tahap *ideate*, kategori pekerjaan dan sub kategori pekerjaan awal dari *startup* Seekerja sebagai *e-marketplace* jasa terbagi menjadi enam kategori pekerjaan yaitu sebagai berikut.

- 1) Kategori pekerjaan kebersihan dengan sub kategori untuk kendaraan, kebun dan rumah.
- 2) Kategori pekerjaan pertukangan atau *handyman* dengan sub kategori untuk perabotan rumah tangga, peralatan elektronik, mesin dan instalasi rumah.

- 3) Kategori pekerjaan pengajaran atau tutoring dengan sub pekerjaan untuk di bidang bahasa, bidang akademik atau pelajaran yang sedang diajarkan di sekolah, bidang musik, bidang *softskill*, bidang seni dan bidang agama.
- 4) Kategori pekerjaan administrasi dengan sub pekerjaan sebagai analis data, pengerjaan dengan *Microsoft Office* dan pengerjaan yang membutuhkan jasa untuk proses input data.
- 5) Kategori pekerjaan kreatif dengan sub pekerjaan untuk ilustrator, animator, desain grafis, desain *user interface* dan *user experience*, desain interior, videografer, dan fotografer
- 6) Kategori pekerjaan hiburan atau *event* dengan sub pekerjaan sebagai *Master of Ceremony* atau MC, dekorasi, grup band, musik tradisional, penari, vokalis dan komedian.

E. Sistem Pembayaran

Melalui tahap *empathize*, ditemukan banyaknya kekhawatiran pengguna *e-marketplace* jasa lainnya yang berperan sebagai pencari pekerjaan apabila jasa yang telah dilakukan tidak dibayarkan. Sehingga di tahap *define* dan *ideate*, dilakukan proses mencari informasi dan *brainstorming* bersama anggota tim untuk penetapan sistem pembayaran dari Seekerja. Sistem pembayaran yang diinginkan oleh target pengguna adalah sistem pembayaran yang dirasa aman dan nyaman oleh kedua belah pihak baik sebagai penyedia pekerjaan ataupun pencari pekerjaan.

Sistem pembayaran yang ditetapkan untuk Seekerja adalah sistem pembayaran *escrow*. Sistem pembayaran ini dipilih karena dinilai aman untuk kedua belah pihak baik sebagai pencari pekerjaan ataupun penyedia pekerjaan. Dimana sistem pembayaran *escrow* merupakan sistem pembayaran dengan konsep rekening bersama yang disediakan oleh Seekerja sebagai pihak ketiga dari pencari pekerjaan dan penyedia pekerjaan apabila ingin melakukan transaksi keuangan. Rekening bersama atau *account escrow* ini merupakan wadah untuk menampung dana dan menyalurkan dana. Sehingga apabila penyedia pekerjaan ingin melakukan transaksi kepada pencari pekerjaan akan melalui *escrow account* sebagai bukti bahwa pekerjaan yang diberikan adalah benar. Kemudian apabila pekerjaan telah selesai dilakukan oleh pencari pekerjaan dan hasil pekerjaan tersebut telah diterima oleh penyedia pekerjaan barulah dana yang sudah masuk ke dalam *escrow account* akan disalurkan kepada pencari pekerjaan.

F. Sistem Pemberian Ulasan

Selain kekhawatiran pengguna terhadap transaksi keuangan yang akan dilakukan, pada tahap *empathize* juga didapatkan informasi bahwa *review* atau ulasan menjadi penting sebagai salah satu aspek yang menjadi bahan pertimbangan untuk memilih pekerja atau melakukan *bidding* pekerjaan. Sehingga, dengan pemberian *review* atau ulasan dilakukan dengan sistem *two-way review*. Sistem ini dilakukan dengan masing-masing pengguna yaitu sebagai pencari pekerjaan akan melakukan *review* terhadap penyedia pekerjaan dan begitupun penyedia pekerjaan akan memberikan *review* kepada pencari pekerjaan.

Sistem pemberian ulasan dengan *two-review* ini dilakukan untuk menghadirkan *trust* diantara pengguna Seekerja sehingga dapat menjadi langkah lain untuk meminimalisir adanya

pengguna palsu baik sebagai pencari ataupun penyedia pekerjaan.

G. Prototyping dan Testing

Dalam tahap *prototyping*, dibuat desain rancangan antarmuka sebagai bentuk visual ide awal yang sudah ditentukan dalam tahap *empathize*, *define* dan *ideate*. Desain rancangan antarmuka yang dibuat adalah *website*.



Fig. 2. Rancangan antarmuka Seekerja

Berikut rancangan antarmuka dari Seekerja yang menampilkan beberapa fitur yang akan dikembangkan.

- 1) Fitur home
- 2) Fitur mencari pekerjaan
- 3) Fitur *bidding* pekerjaan
- 4) Fitur menawarkan harga
- 5) Fitur profil pengguna

Proses *testing* ini lebih dititik beratkan kepada informasi yang didapatkan serta ide yang dihasilkan untuk Seekerja. *Testing* dilakukan kepada pihak internal terlebih dahulu yaitu anggota tim selaku tim peneliti dan *founder*. Selain itu, proses *testing* juga dilakukan melalui proses *pitching* dan *testing* kepada calon pengguna sebagai pihak eksternal.

Testing yang dilakukan kepada pihak internal lebih ditekankan kepada proses mengolah informasi dan validasi keputusan berupa ide solusi untuk Seekerja. Di proses ini dilakukan pengujian *prototype* sebanyak dua kali pengujian oleh anggota tim yang beranggotakan tiga orang. Hasil dari pengujian ini untuk menentukan apakah *prototype* sudah menampilkan secara garis besar proses dan alur penggunaan aplikasi yang mudah dimengerti untuk dilakukan *testing* kepada pihak eksternal.

Testing dengan proses *pitching* dilakukan presentasi mengenai ide bisnis dari Seekerja kepada pihak eksternal yaitu dengan IBISMA UII dan pada *event* Local Pitch yang diadakan JDV (Jogja Digital Valley). Dalam proses *pitching*, dilakukan pengujian baik dari ide untuk bisnis Seekerja dan *prototype*. Hasil yang didapatkan berupa *feedback* untuk terus melakukan *research* guna mendapatkan *market* yang sesuai. Selain itu, *feedback* lainnya adalah mempelajari kompetitor yaitu *e-marketplace* jasa yang serupa guna mengembangkan inovasi sebagai pembeda Seekerja dengan *e-marketplace* serupa yang sudah ada. Untuk *prototype*, *feedback* yang didapatkan adalah berusaha untuk meminimalisir jumlah *klik* pada aplikasi Seekerja. Hal ini dapat membantu pengguna untuk tidak perlu membutuhkan waktu yang lama dalam melakukan proses registrasi, mencari pekerjaan dan pekerjaannya, *bidding* pekerjaan dan *posting* pekerjaan.

Adapun proses *testing* juga dilakukan kepada calon pengguna sebagai pengujian kepada pihak eksternal lainnya. Di tahap ini, dilakukan *testing* kepada empat orang mahasiswa dan satu ibu rumah tangga. Proses *testing* dilakukan secara langsung dan melalui aplikasi *chatting* Whatsapp dengan menjelaskan ide dari Seekerja dan menunjukkan *prototype*. Hasil yang didapatkan pada tahap *testing* kepada calon pengguna adalah keinginan pengguna pada proses pencarian pekerjaan dan pemilihan pekerja dapat dilakukan dengan cepat dan tepat dalam menggunakan *e-marketplace* jasa Seekerja. Selain itu, juga didapatkan hasil pada *prototype* sebaiknya *profile* pengguna dan ulasan yang diberikan kepada pengguna baik sebagai pemberi ataupun penyedia pekerjaan ditampilkan dengan jelas karena hal tersebut menjadi aspek penting untuk memilih pekerja ataupun pekerjaan.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk membangun ide bisnis untuk pengembangan *startup* Seekerja. Penelitian ini menggunakan metode *design thinking* sebagai pendekatan penelitian untuk menghasilkan ide bisnis karena setiap proses pada metode ini berasal dan ditujukan kepada pengguna selaku sasaran pasar yang akan dituju. Metode *design thinking* secara efektif dapat digunakan untuk membangun ide bisnis *startup* Seekerja. Metode ini juga memungkinkan peneliti sebagai *founder* untuk mengumpulkan informasi terkait pesaing atau *e-marketplace* jasa yang serupa dengan Seekerja guna mengembangkan ide dan berinovasi.

Output dari penelitian ini dengan melewati tahapan pada *design thinking* berupa gagasan ide untuk mengembangkan *startup* Seekerja. Dimulai dengan penentuan sasaran pasar yaitu mahasiswa Yogyakarta dan ibu – ibu yang sudah menikah berusia sekitar 24 – 27 tahun sebagai *reachable market*,

masyarakat Indonesia yang membutuhkan bantuan jasa, memiliki keahlian dan waktu luang untuk mengerjakan suatu pekerjaan tertentu sebagai *potential market* serta seluruh masyarakat Indonesia yang menggunakan internet sebagai *Total Available Market* atau TAM. Kemudian penentuan *platform website* yang akan digunakan untuk Seekerja dan penentuan kategori pekerjaan sebagai awal pengembangan *startup* Seekerja dengan enam kategori awal yaitu kategori pekerjaan kebersihan, pertukangan, pengajaran, pekerjaan administrasi, pekerjaan kreatif, dan hiburan. Selain itu ditentukan sistem pembayaran dengan sistem *escrow* dan penentuan sistem pemberian ulasan dengan sistem *two – way review*. Dari gagasan ide yang telah didapatkan, dilakukan pengujian dengan pihak internal yaitu anggotam tim selaku tim peneliti dan *founder* maupun eksternal yaitu *pitching* dengan IBISMA UII dan Jogja Digital Valley (JDV) serta calon pengguna guna validasi ide untuk membangun ide bisnis *startup* Seekerja.

Pengembangan *startup* Seekerja pada penelitian ini hanya berbasis pada *platform website*. Harapannya pada pengembangan selanjutnya Seekerja akan disajikan melalui *platform mobile application* untuk dapat memberikan *experience* yang lebih baik kepada pengguna berupa kecepatan akses yang lebih dari *website*. Selain itu, pada penelitian ini pengujian yang dilakukan dirasa masih kurang, sehingga perlu dilakukan pengujian dan penggalian ide yang lebih dalam untuk membangun ide bisnis *startup* Seekerja.

REFERENCES

- [1] S. N. Azzura, "Per Februari 2019 Jumlah Startup RI Capai 2070 Perusahaan," 2019. [Online]. Available: <https://www.merdeka.com/uang/per-februari-2019-jumlah-startup-ri-capai-2070-perusahaan.html>.
- [2] D. H. Jayani, "Berapa Pengguna Internet di Indonesia?," 2019. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>.
- [3] R. E. Indrajit, "Evolusi E-Marketplace," pp. 1–4, 2012.
- [4] E. Simamora and S. Sasli Pranoto, "Jadi Tren Pekerjaan, 'Freelance' Diminati Kalangan Milenial," 2019. [Online]. Available: http://www.medanbisnisdaily.com/news/online/read/2019/06/23/78735/jadi_tren_pekerjaan_freelance_diminati_kalangan_milenial/. [Accessed: 02-Nov-2019].
- [5] T. A. Saputra, "Implementasi Design Thinking Dalam Membangun Inovasi Model Bisnis Perusahaan Percetakan," *Petra Int. J. Bus. Stud.*, no. 2008, pp. 833–844, 2016.
- [6] R. Glen, C. Suci, and C. Baughn, "The Need for Design Thinking in Business Schools," vol. 13, no. 4, pp. 653–667, 2014.
- [7] A. S. Hussein, "Design Thinking Untuk Inovasi Bisnis," 2018. [Online]. Available: https://books.google.co.id/books?id=t3zPqTnRjX0C&dq=wrong+diet+pills&source=gbs_navlinks_s. [Accessed: 02-Nov-2019].
- [8] Speakup, "Memahami Design Thinking Untuk Menyelesaikan Masalah Startup Yang Kompleks," 2018. [Online]. Available: <https://startup-speakup.com/design-thinking-untuk-startup.html>. [Accessed: 05-Nov-2019].
- [9] E. Marbun, "Design Thinking," 2018. [Online]. Available: <https://medium.com/@esteremarbun/design-thinking-5a42672582b9>. [Accessed: 05-Nov-2019].
- [10] L. J. Rudy, "Apakah Definisi Dari Brainstorming? (Untuk Kelompok & Individual)," 2017. [Online]. Available: <https://business.tutsplus.com/id/tutorials/what-is-the-definition-of-brainstorming--cms-27997>. [Accessed: 11-Nov-2019].
- [11] guruproduktif.com, "Panduan Menggunakan Design Thinking Untuk Problem Solving Dan Inovasi," 2019. [Online]. Available: <https://guruproduktif.com/2019/10/05/panduan-lengkap-menggunakan-design-thinking-untuk-inovasi/>. [Accessed: 12-Nov-2019].
- [12] Ryathus Sholehah, "Implementasi Sistem Informasi Manajemen SDM: Studi Pada PT PLN (Persero) Malang," Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2015.
- [13] A. N. Lubis, "Startegi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis," Universitas Sumatera Utara, 2004.
- [14] Ilham Mubarak, "Apa Itu Search Engine Marketing dan Mengapa Harus Menggunakannya?," 2018. [Online]. Available: <https://www.niagahoster.co.id/blog/search-engine-marketing/>. [Accessed: 16-Nov-2019].