

Pengembangan Kualitas Layanan “Solusi Duka Indonesia” dengan Metode *Design Thinking*

Catherine Erica Bing¹, Felecia²

Abstract: PT. Solusi Duka Indonesia, which was established in 2018, have helped many people with their service to accompany the moment of grief. PT. Solusi Duka Indonesia innovates to provide mourning services because of their empathy for people who feel lost and then hindered by space and time to attend mourning events. Currently the sales target is not enough, for that it is necessary to improve the quality of service. The goal is that more of them use the Solusi Duka Indonesia so that the company can survive. The method used in this research is design thinking. Design thinking is a creative process that focused on human needs and provides impetus for creating creative solutions. In this method there are activities to interview respondents and conduct surveys to respondents who have experienced grief. Based on the result of the research that has been carried out, several problems were found that can be used as suggestions for developing the quality of service for the Solusi Duka Indonesia. One of the result of the proposal given is the addition of a death file management feature as many as 31 respondents chose.

Keywords: startup; service quality; design thinking

Pendahuluan

PT. Solusi Duka Indonesia merupakan sebuah *startup* berbasis teknologi dengan pelayanan untuk menemani momen kedukaan. Solusi Duka Indonesia berinovasi menyediakan layanan kedukaan karena adanya rasa empati terhadap masyarakat yang merasa kehilangan kemudian terhalang ruang dan waktu untuk mengikuti acara kedukaan. Beberapa fitur yang disediakan oleh Solusi Duka Indonesia yaitu *list* koran, tempat persemayaman, tempat kremasi dan jasa pemakaman. Solusi Duka Indonesia memberikan detail mengenai cara kerja untuk menggunakan ruang duka, layanan donasi, dan pemesanan bunga digital maupun fisik. Didapati bahwa bagian *marketing* masih belum mencapai target penjualan sehingga ingin tahu bagaimana meningkatkan kualitas layanan dari Solusi Duka Indonesia. Tujuannya adalah supaya lebih banyak yang menggunakan layanan Solusi Duka Indonesia dan perusahaan tetap bertahan atau *sustain*. Salah satu metode yang digunakan yaitu *design thinking*, dimana dapat memberikan pengaruh besar terhadap inovasi dan strategi bisnis, serta dengan berfokus pada manusia dapat dijadikan sebuah pembelajaran dan memvisualisasikan ide yang ada untuk dapat meningkatkan kualitas layanan (Brown [1]).

Metode Penelitian

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode *design thinking*. *Design thinking* adalah proses kreatif yang berfokus pada kebutuhan manusia dan memberikan dorongan untuk menciptakan solusi yang kreatif (Fontaine [2]). Tahapan metode ini terdapat 5 yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Berikut merupakan tahapan metode penelitian.

Studi Literatur

Pertama, penelitian ini diawali dengan studi literatur untuk mengumpulkan dan mempelajari informasi mengenai metode yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah yang terjadi.

Teknik Pengumpulan Data

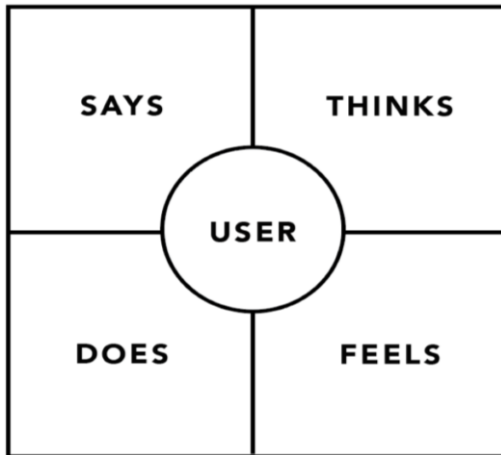
Kedua, teknik pengumpulan data dilakukan kegiatan wawancara dan menyebarkan kuesioner dengan teknik *snowball sampling*. *Snowball sampling* merupakan teknik survei yang awalnya memiliki responden dalam jumlah sedikit kemudian akan semakin bertambah banyak (Sugiono [3]).

Empathize

Ketiga, tahap *empathize* dimana berfokus pada manusia dan mengetahui untuk siapa desain dibuat dengan melakukan wawancara yang nantinya hasil

^{1,2} Fakultas Teknologi Industri, Program Studi Teknik Industri, Universitas Kristen Petra. Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236. Email: catherineericabing@gmail.com, felecia@petra.ac.id

wawancara akan dirangkum dalam bentuk *empathy map* dan *customer journey*. *Empathy map* dapat dilihat pada Gambar 1 dan *customer journey* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 1. *Empathy map* (Gibbson [4])

Adapun penjelasan dari setiap poin *empathy map* adalah sebagai berikut:

- a. *Say* (apa yang pengguna katakan),
- b. *Think* (apa yang pengguna pikirkan),
- c. *Do* (apa yang pengguna lakukan), dan
- d. *Feel* (apa yang pengguna rasakan/alami).



Gambar 2. *Customer journey* (Cheah [5])

Pada pemetaan perjalanan pelanggan, terdiri dari 3 bagian yaitu *pre-service*, *service*, dan *post-service*. Pada tahap *pre-service* terdiri dari *discover* dan *explore*. *Discover* berarti mencari tahu pola pikir pelanggan dengan memberikan pertanyaan paling umum. *Explore* berarti pelanggan mengidentifikasi dan mendefinisikan apa kebutuhan mereka, serta mengeksplorasi solusi dan opsi yang tersedia untuk pelanggan. Pada tahap *service* terdiri dari *buy*. *Buy* berarti perusahaan memastikan bahwa kita ada untuk mereka pada tahap penting ini, memberikan dukungan dan bantuan pada pelanggan. Pada tahap *post-service* terdiri dari *use/ask* dan *engage*. *Use/ask* berarti ketika pelanggan melihat dan merasakan bagaimana layanan yang telah dibeli. *Engage* berarti mengetahui tanggapan pelanggan terhadap layanan yang diterima

Define

Keempat, tahap *define* dimana merupakan pendefinisian masalah yang terjadi. Didalam tahap *define* dilakukan survei untuk menggali lebih lanjut dengan membuat kuesioner. Perancangan kuesioner dengan menggunakan *google form* berupa *link*. Selanjutnya, penyebaran kuesioner dilakukan setelah kuesioner selesai dibuat sehingga data yang didapatkan dapat diolah dan dianalisis. Pengolahan dan analisis data dengan menggunakan bantuan IBM SPSS *Statistic 28* dan dianalisis dengan metode *statistic deskriptif*.

Ideate

Kelima, tahap *ideate* dimana untuk dapat mengatasi pemmasalahan yang terjadi diperlukan pemikiran ide-ide dan solusi terbaik. Hasil dari melakukan penyebaran survei akan didapatkan data untuk dapat dijadikan ide-ide dan solusi yang dapat digambarkan dalam bentuk *table*.

Prototype

Keenam, tahap *prototype* dengan melakukan pembuatan perbaikan *prototype*. Pembuatan dapat dengan menggunakan bantuan *website wix.com* maupun dapat berupa gambaran rancangan *website*.

Test

Ketujuh, tahap *test* atau pengujian dapat menentukan apakah dari solusi yang diberikan perlu diperbaiki atau tidak. *Test* dilakukan dengan pengujian terhadap *prototype* atau hasil solusi yang telah diberikan.

Melakukan Verifikasi

Kedelapan, tahap melakukan verifikasi bertujuan untuk memastikan bahwa hasil penelitian yang dilakukan sudah benar. Verifikasi yang dilakukan harus mendapat persetujuan dari pihak perusahaan. Jika masih belum dilakukan verifikasi, maka perlu kembali ke tahap *ideate* untuk pemberian usulan kembali.

Kesimpulan

Kesembilan, kesimpulan merupakan tahap akhir pada penelitian ini. Penarikan kesimpulan dilakukan terhadap hasil analisis yang didapatkan dan jawaban dari rumusan masalah.

Hasil dan Pembahasan

Data yang telah didapatkan selama melakukan penelitian, akan dibahas untuk mengetahui usulan yang dapat diberikan pada perusahaan. Hasil dan pembahasan yang ada didapatkan melalui kegiatan wawancara dan melakukan survei.

Solusi Duka Indonesia

PT. Solusi Duka Indonesia ingin menemani momen kedukaan Anda dengan berbagai layanan yang terintegrasi di ruang duka *digital*, sebuah halaman web interaktif untuk membantu keluarga yang sedang berduka dan relasinya agar dapat menghadiri dan mengikuti seluruh rangkaian acara kedukaan secara virtual dengan fitur berupa *live streaming* (siaran langsung prosesi kedukaan), donasi duka *online*, bunga duka (fisik/*digital*) dan *real-time* ucapan belasungkawa.



Gambar 3. Layanan solusi duka indonesia

Adapun penjelasan mengenai layanan yang ada di Solusi Duka Indonesia:

- Ruang duka
Informasi mengenai almarhum, keluarga, serta jadwal & lokasi prosesi pemakaman/kremasi.
- Bunga duka *digital*
Bunga duka yang dibeli melalui ruang duka digital akan langsung ditampilkan dan dapat dilihat oleh seluruh keluarga dan rekan.
- Bunga duka papan
Bunga duka fisik yang dibeli melalui ruang duka dan akan langsung dikirim ke rumah duka.
- Donasi duka
Fitur ini dapat memberikan kesempatan bagi kerabat, teman maupun relasi yang ingin memberikan simpati kepada almarhum untuk terakhir kalinya dalam bentuk dukungan/partisipasi finansial.
- *Live streaming*
Siaran langsung untuk berbagai prosesi kedukaan, mulai dari persemayaman, proses adat, maupun acara keagamaan seperti ibadah penghiburan.

- Direktori

Informasi mengenai daftar vendor dalam layanan pemakaman seperti publikasi koran, tempat persemayaman, tempat pemakaman dan tempat kremasi.

Segmenting, Targeting, Positioning

Berdasarkan segmentasi geografis, menggunakan pendekatan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang dapat dijangkau oleh Solusi Duka Indonesia. Wilayah yang dapat dijangkau yaitu kota-kota yang berada di Indonesia dan luar negeri. Berdasarkan segmentasi demografis, akan dibagi berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir dan agama. Berdasarkan segmentasi psikografis, diketahui dari pengalaman PT. Solusi Duka Indonesia ketika mendapatkan pelanggan yang menggunakan jasa mereka. Karakteristik psikografis pasarnya yaitu berasal dari kalangan menengah ke atas atau kelas B+ (*High Professional*) hingga kelas atas atau kelas A (*Upper Class*). Berdasarkan segmentasi perilaku, dilihat dari sikap dan tanggapan konsumen terhadap produk/jasa yang dimiliki PT. Solusi Duka Indonesia.

Target pasar yang disasar yaitu orang secara umum (*new customer*) yang pernah mengalami kedukaan. Kriteria responden yaitu usia dari 40 hingga 60 tahun ke atas, jenis kelamin laki-laki dan perempuan, pekerjaan sebagai pegawai swasta, wiraswasta, pegawai negeri, ibu rumah tangga, tidak bekerja/pensiun dan lain sebagainya. Pendidikan terakhir yaitu SMP, SMA, Diploma, Sarjana, dan Pascasarjana.

Pemosisian produk/jasa dari PT. Solusi Duka Indonesia harus sesuai dengan segmen dan target yang ditetapkan. Sesuai dengan latar belakang perusahaan yaitu *startup* berbasis teknologi dengan pelayanan untuk menemani momen kedukaan.

Tabel 1. Vendor kerjasama

Vendor	Kelebihan	Kekurangan
Agape	<ul style="list-style-type: none"> • Buka 24 jam • Nomor telepon di website dapat langsung ditekan • Terdapat peta lokasi • Website tidak berat • Terdapat banyak foto galeri • Terdapat banyak jenis peti 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada macam layanan di <i>website</i> • Tidak ada harga layanan • Tidak ada testimoni • Tidak ada <i>live streaming</i>
Ario	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat kontak dan peta lokasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Layanan tidak banyak

Vendor	Kelebihan	Kekurangan
		<ul style="list-style-type: none"> • Nomor telepon tidak dapat langsung ditekan • Tidak ada testimoni • Media sosial tidak dapat langsung ditekan di <i>website</i> • Tidak ada harga layanan • Tidak ada <i>live streaming</i>
Gloria	<ul style="list-style-type: none"> • Buka 24 jam • Terdapat peta lokasi • Terdapat video testimoni 	<ul style="list-style-type: none"> • Nomor telepon tidak dapat langsung ditekan • Tidak ada <i>live streaming</i>

Metode Design Thinking

Empathize

Tahap *empathize* diawali dengan melakukan *interview* atau wawancara dengan narasumber umum. Penelitian ini dilakukan dengan mewawancarai sebanyak 4 narasumber umum dan hasil wawancara akan ditampilkan menjadi satu menggunakan *tool empathy map*.

Tabel 2. Profil responden wawancara

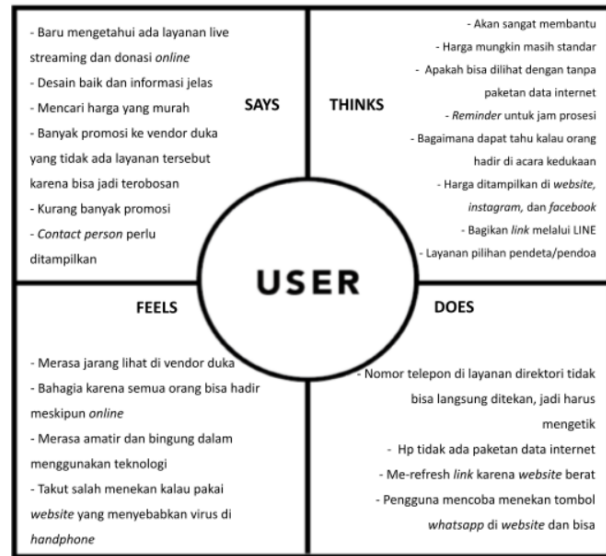
Narasumber	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Laki-laki	55	Pegawai swasta
2	Perempuan	58	Ibu rumah tangga
3	Perempuan	45	Wiraswasta
4	Laki-laki	40	Pegawai swasta

Pemilihan keempat responden ini berdasarkan pengalaman dari Solusi Duka Indonesia dengan

Tabel 3. *Customer journey*

Phase	Pre-Service Period		Service Period	Post-Service Period	
	Discover	Explore	Buy	Use/Ask	Engage
<i>Customer Journey</i>	- Vendor yang dapat memberikan layanan yang lengkap & langsung - Mencari tahu keperluan apa saja - Mencari tanah untuk almarhum	- Mencari harga yang sesuai <i>budget</i> - Mencari vendor yang sering digunakan, dapat dipercaya dan yang memberikan saran terbaik demi kelancaran prosesi	- Mengetahui jasa/layanan yang biasa digunakan - Jika ada <i>live streaming</i> , perlu bantuan pihak pengurus untuk mengurus hal demikian	- Prosesi dapat berjalan dengan baik dengan layanan yang dibayarkan	- Layanan yang baik akan terjadi <i>word of mouth</i> dimana mempromosikan ke teman jika perlu atau mengalami kedukaan
<i>Pain Points</i>	- Dari mana bisa mendapatkan layanan secara lengkap - Membutuhkan <i>service</i> dan <i>advice</i> yang baik	- Apakah ada program cicilan - Apakah biayanya masih kekeluargaan	- Apakah semua keperluan (spt: konsumsi) tercukupi - Apakah pengurus dapat menjalankan <i>technically settings</i> untuk <i>live streaming</i> - Apakah perlu keluar biaya lagi untuk keperluan internet di tempat prosesi - Perlu adanya QR untuk sumbangan jadi mudah	- Apakah ada <i>file</i> yang dapat disimpan dari hasil <i>live streaming</i> dengan ukiran nama almarhum (seperti, <i>flashdisk</i>) - Bagaimana bisa tahu bahwa tamu hadir bila <i>online</i> ?	- Apakah layanan telah membantu dengan baik dan sistematis

kriteria yaitu sebagian besar *customer*-nya berusia 40-60 tahun, memiliki adat kedukaan yang memerlukan jasa vendor duka, dan memiliki penghasilan dari kelas B+ hingga kelas A. Seluruh hasil jawaban dari wawancara dimasukan menjadi 1 dalam sebuah *empathy map*.



Gambar 4. *Empathy map*

Customer journey dapat membantu perusahaan memahami pengalaman pelanggan melalui berbagai periode layanan yaitu *pre-service period*, *service period*, dan *post-service period*. Pembuatan *customer journey* dapat dengan melakukan survei atau wawancara dan riset di media sosial.

Table 3 merupakan *customer journey map* yang didapatkan dari hasil *interview* 4 narasumber. *Customer journey* terdiri dari 2 fase yaitu perjalanan pelanggan ketika mengalami kedukaan dan titik kesulitan ketika mengalami kedukaan.

Define

Tahap *define* bertujuan untuk menentukan permasalahan berdasarkan hasil *empathy map* dan *customer journey* setelah dilakukannya wawancara. Setelah mengetahui permasalahan yang terjadi, dilakukan survei lebih lanjut dengan tujuan untuk menggali kira-kira fitur/layanan apa yang perlu ditambahkan untuk mengembangkan kualitas layanan Solusi Duka Indonesia. Survei dibuat untuk meneliti lebih mendalam terkait dengan layanan yang dibutuhkan atau perlu ditambahkan dan layanan yang sudah membantu dari Solusi Duka Indonesia.

Fitur Tambahan ^a	Count	JenisKelamin		Total
		Perempuan	Laki-laki	
Peti Jenazah	Count	15	11	26
Ambil Antar Jenazah	Count	8	5	13
Pemilihan Ruang Duka (terbuka/AC)	Count	9	6	15
Pengawalan Jalan	Count	12	9	21
Pengiriman Jenazah (luar pulau/luar negeri)	Count	7	5	12
Pemandian & Make Up Jenazah	Count	11	5	16
Pemasangan Iklan Duka di Media Cetak	Count	12	10	22
Pemakaman/Kremasi	Count	14	8	22
Tempat Abu (guci)	Count	9	6	15
Dekorasi Bunga	Count	10	8	18
Penyediaan Konsumsi	Count	13	10	23
Dokumentasi Memorial Almarhum	Count	15	10	25
Live Streaming Prosesi	Count	7	7	14
Pemesanan bunga duka (digital/fisik)	Count	13	9	22
Layanan donasi duka	Count	7	8	15
Pengurusan berkas kematian	Count	17	14	31
Other	Count	3	2	5
Total	Count	23	18	41

Percentages and totals are based on respondents.
a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Gambar 5. Crosstabulation jenis kelamin dengan fitur tambahan

Tabel 4. Usulan perbaikan pengembangan solusi duka indonesia

Aspek	Permasalahan	Sebelum Usulan	Sesudah Usulan
Layanan	Bagaimana dapat mengetahui jika orang hadir di acara kedukaan secara <i>online</i>	-	Melihat <i>history</i> siapa saya yang melihat prosesi secara <i>online</i>
	Pengguna ingin ada <i>reminder</i> untuk jam prosesi	Tidak ada <i>reminder</i> untuk jam prosesi	<i>Reminder</i> dapat berupa notifikasi yang muncul di <i>gadget</i> pengguna
	<i>Link</i> prosesi dapat dibagikan melalui aplikasi <i>LINE</i>	<i>Link</i> prosesi dapat dibagikan melalui <i>WA, Telegram, Twitter, Facebook, dan LinkedIn</i>	<i>Link</i> prosesi dapat dibagikan melalui <i>LINE, Instagram, dan lain-lain</i>
	Ingin ada layanan pilihan pendoa/pendeta	-	Menambahkan pilihan pendoa/pendeta di setiap kota yang bekerjasama dengan Solusi Duka
	Amatir dalam penggunaan teknologi	-	-

Gambar 5 menunjukkan hasil *crosstabulation* jenis kelamin dengan fitur mana yang bermanfaat dan perlu ditambahkan. Fitur pengurusan berkas kematian dipilih oleh 31 responden terdiri dari 17 orang perempuan dan 14 orang laki-laki. Selanjutnya, fitur yang banyak dipilih yaitu peti jenazah dengan jumlah 26 orang terdiri dari 15 orang perempuan dan 11 orang laki-laki. Fitur peti jenazah dapat bersifat kompetitor bagi vendor yang bekerjasama dengan Solusi Duka Indonesia, untuk itu tambahan fitur ini tidak dapat diimplementasikan. Fitur dokumentasi memorial almarhum dengan jumlah 25 orang terdiri dari 15 orang perempuan dan 10 orang laki-laki. Fitur dokumentasi memorial almarhum kemungkinan dapat diimplementasikan karena selama ini masih belum ada layanan dalam hal demikian. Layanan ini dapat berupa pengambilan foto-foto/dokumentasi sebelum almarhum meninggal yang bertujuan untuk diabadikan oleh keluarga yang ditinggalkan.

Ideate

Tahap *ideate* bertujuan untuk dapat membantu menemukan solusi perbaikan terkait permasalahan pengguna yang sudah didefinisikan pada tahap penyebaran survei. Hasil dari melakukan penyebaran survei digambarkan dalam bentuk tabel. Solusi perbaikan dalam bentuk tabel bertujuan untuk mempermudah pemahaman. Melalui penyebaran survei ini, Solusi Duka dapat lebih mengembangkan kualitas layanannya. Berikut table 4 merupakan tabel usulan perbaikan pengembangan Solusi Duka Indonesia.

Aspek	Permasalahan	Sebelum Usulan	Sesudah Usulan
Layanan	Ingin ada QR untuk sumbangan sehingga memudahkan jika ingin menyumbang Contact person perlu ditampilkan Ingin ada file yang dapat disimpan dan dilihat kembali dalam bentuk memorial (ada nama ukiran almarhum)	Terdapat layanan menggunakan GoPay/QRIS/QR Code Bank/BCA Virtual Account/Paypal (USD Only) - Terdapat file berupa flashdisk yang dapat disimpan	- Menampilkan contact person serta email pada media sosial Terdapat file berupa flashdisk yang dapat disimpan (bertuliskan nama ukiran almarhum)
Harga	Ingin adanya harga di media sosial (website, instagram, facebook)	Tidak ada tampilan harga karena bersifat sensitif	Harga dapat dimunculkan jika pelanggan mengisi email maupun nomor telepon yang dapat dikirimkan secara personal Mengadakan program angsuran
Website	Apakah ada program angsuran Pegguna takut salah menekan website yang dapat menyebabkan virus pada gadget Pegguna harus menetik ulang nomor telepon di layanan direktori sehingga membutuhkan waktu Terdapat banyak gambar bergerak	- Terdapat nomor telepon namun tidak dapat langsung ditekan Terdapat banyak video dan gambar bergerak	- Membuat tampilan nomor telepon dapat ditekan langsung Mengurangi gambar dan video bergerak
Promosi	Jarang ditemukan di vendor kedukaan Kurang promosi	Sudah ada kerja sama dengan vendor kedukaan Sudah ada kerja sama dengan vendor kedukaan	Lebih memperbanyak kerja sama dengan vendor kedukaan Lebih memperbanyak kerja sama dengan vendor kedukaan

Usulan-usulan yang telah dibuat bertujuan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi. Usulan tersebut terbagi menjadi 4 aspek yaitu layanan, harga, website, dan promosi.

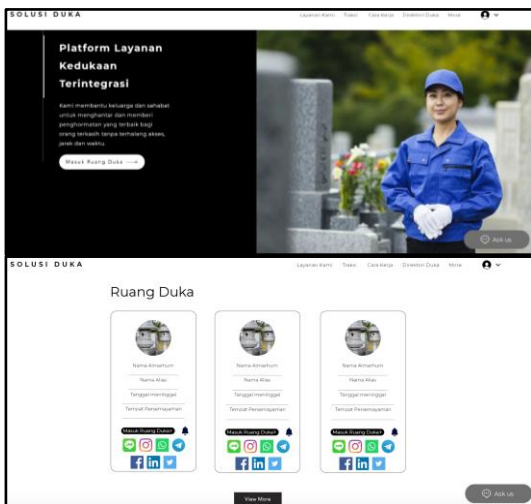
Prototype

Tahap *prototype* bertujuan untuk dapat membantu menemukan solusi perbaikan terkait permasalahan pengguna yang sudah didefinisikan pada tahap sebelumnya. Dalam pembuatan *prototype* atau pengembangan ide produk, didapatkan dari hasil *interview* dan survei kepada masyarakat untuk mengetahui kebutuhan yang diperlukan.

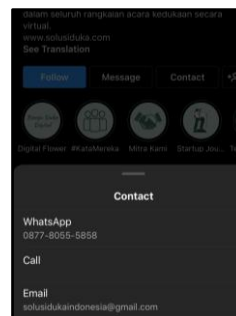


Gambar 7. Usulan perbaikan layanan tambahan

Usulan yang ditambahkan yaitu berupa *reminder* untuk jadwal prosesi, *link* prosesi dapat dibagikan melalui banyak media sosial, dan tambahan layanan berupa peti jenazah serta pengurusan berkas kematian. Tambahan bantuan berupa “Ask Us” yang dimana pelanggan yang melihat *website* dapat kontak langsung dengan PT. Solusi Duka Indonesia melalui wadah *chat* yang tersedia.



Gambar 6. Usulan perbaikan reminder dan link prosesi



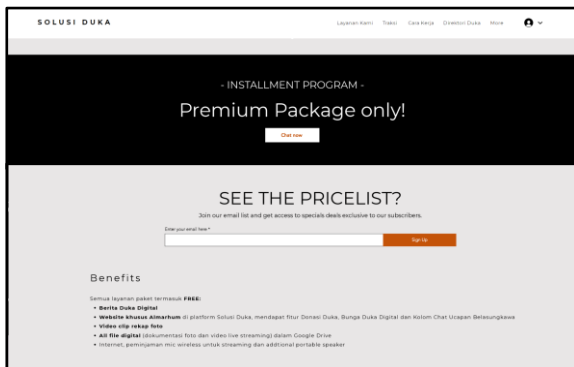
Gambar 8. Usulan perbaikan sosial media

Berikut merupakan usulan perbaikan pada aspek layanan mengenai tambahan nomor telepon atau kontak pada media social. Usulan yang ditambahkan berupa *contact* yang dimana terdiri atas nomor telepon serta email PT. Solusi Duka Indonesia untuk mempermudah pelanggan.



Gambar 9. Usulan perbaikan jasa pendoa

Berikut merupakan usulan perbaikan pada aspek layanan mengenai tambahan layanan jasa pendoa pada direktori duka. Jasa pendoa pada direktori duka di setiap kota yang bekerjasama dengan Solusi Duka Indonesia.



Gambar 10. Usulan perbaikan tampilan harga dan program angsuran

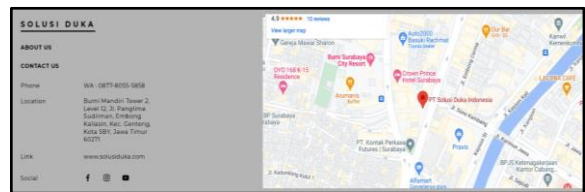
Pelanggan menginginkan adanya angsuran biaya karena biaya yang dikeluarkan untuk kedukaan tidaklah sedikit. Dengan demikian usulannya dengan menambahkan program angsuran untuk mempermudah pelanggan. Pelanggan yang ingin mengetahui harga layanan dapat memasukkan *email* sehingga perusahaan mengirimkan secara personal. Hal ini dikarenakan harga bersifat sensitif jika ditampilkan di *website*.

Berikut merupakan usulan perbaikan dimana pada pihak-pihak yang telah bekerjasama dengan Solusi Duka Indonesia dapat secara langsung dihubungi ketika menekan vendor duka tersebut.



Gambar 11. Usulan perbaikan nomor yang dapat ditekan

Tujuannya agar pelanggan tidak perlu melakukan pengetikan ulang untuk nomor telepon maupun *website* dari vendor tersebut sehingga dapat meminimalkan waktu bagi pelanggan.



Gambar 12. Usulan Perbaikan Lokasi Solusi Duka

Berikut merupakan usulan perbaikan penambahan lokasi Solusi Duka. Penambahan peta lokasi PT. Solusi Duka Indonesia agar memudahkan pelanggan dalam pencarian lokasi.



Gambar 13. Usulan ukiran nama pada *flashdisk* dan *posting instagram* dan *facebook*

Terdapat tambahan usulan dimana responden yang ingin menggunakan jasanya mengharapkan bahwa ada tulisan nama ukiran almarhum yang dapat dikenang maupun disimpan. Postingan ini ditampilkan pada *Instagram* dan *Facebook* dengan tujuan agar para pengikut Solusi Duka Indonesia dapat mengetahui informasi terbaru baik itu program angsuran dengan syarat dan ketentuan tertentu, tambahan fitur baru dan tambahan layanan baru. Dengan demikian, pengikut yang mengetahui kemungkinan

dapat menyebarkan informasi melalui mulut ke mulut.

Test

Tahap *test* dilakukan pengujian yang dimana hasil dari pembuatan *prototype* berdasarkan usulan perbaikan akan diuji kembali dengan cara melakukan *interview* pada 4 orang yang awalnya telah dilakukan *interview*. Tujuannya untuk menanyakan apakah apa yang menjadi kendala dan kebutuhan pelanggan telah menjawab. Saat awal mula melakukan penelitian, beberapa responden umum diwawancarai untuk mengetahui kebutuhan konsumen dan mengetahui tanggapannya terlebih dahulu. Selanjutnya setelah didapatkan 4 responden, dilakukan wawancara kembali dengan keempat responden tersebut untuk menanyakan apakah dari usulan telah membantu dan bermanfaat bagi responden.

Dengan demikian, hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa tidak semua yang menjadi usulan pelanggan dapat diterapkan dalam bentuk *prototype*. Sebagai contoh usulan berupa tampilan harga pada media sosial. Dikarenakan sifatnya yang sensitif sehingga usulan tersebut tidak dapat ditampilkan pada media sosial melainkan diubah dengan cara pengguna perlu memasukkan *email* sehingga pihak Solusi Duka Indonesia dapat mengirimkan *pricelist* secara *personal*.

Melakukan Verifikasi

Setelah dilakukan penelitian dengan metode *design thinking*, perlu adanya persetujuan dari pihak perusahaan mengenai hasil usulan yang telah dibuat. Hasil usulan dibuat berdasarkan kebutuhan masyarakat yang telah diwawancarai. Lalu, pihak perusahaan telah menyetujui usulan-usulan yang ada seperti kontak yang ditampilkan pada media sosial telah diimplementasikan oleh perusahaan. Namun, beberapa dari usulan masih ditampung karena untuk tahap implementasi masih perlu didiskusikan lebih lanjut.

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil dimana responden lebih banyak memilih tambahan fitur pengurusan berkas kematian sebanyak 31 responden dan

fitur pilihan peti jenazah sebanyak 26 responden. Namun dikarenakan layanan peti jenazah bisa menjadi kompetitor bagi vendor kedukaan yang bekerjasama dengan Solusi Duka Indonesia, maka itu layanan peti jenazah tidak akan diusulkan. Fitur dokumentasi memorial almarhum didapatkan sebanyak 25 responden yang dimana pihak Solusi Duka Indonesia ingin menambahkan layanan demikian juga karena belum ada sebelumnya.

Terdapat beberapa usulan untuk meningkatkan kualitas layanan yaitu menambahkan fitur layanan pengurusan berkas kematian, layanan dokumentasi memorial almarhum, jasa pilihan pendoa, *reminder* jadwal prosesi, tambahan fitur “*Ask Us*”, peta lokasi Solusi Duka Indonesia, *link* prosesi dapat dibagikan melalui *LINE* dan *instagram*, menampilkan *contact person* di media sosial, terdapat *file* berupa *flashdisk* yang dapat disimpan (bertuliskan nama ukiran almarhum), *pricelist* didapatkan dengan cara mengisi *email* pengguna, mengadakan program angsuran, membuat tampilan nomor telepon pada direktori yang dapat langsung ditekan, mengurangi gambar dan video bergerak serta lebih memperbanyak kerjasama dengan vendor kedukaan. Usulan yang telah dibuat dan bentuk *prototype* yang ada belum secara keseluruhan memasuki tahap implementasi melainkan ada usulan yang telah diimplementasikan yaitu info mengenai *contact* di media sosial telah dicantumkan oleh Solusi Duka Indonesia.

Daftar Pustaka

1. Brown, T. *Change by design*, Harper Collins, 2009.
2. Fontaine, L. Learning design thinking by designing learning experiences: a case study in the development of strategic thinking skills through the design of interactive museum exhibitions. *Scholarly Journals*, 48(2), pp. 48-69, 2014.
3. Sugiyono, S. *Memahami penelitian kualitatif*. Alfabeta, 2014.
4. Gibbson, S. *Empathy Mapping: The First Step in Design Thinking*, Nngroup.com, 2018.
5. Cheah, S. *Apply The Design Thinking Process* [Paper Presentation]. National University of Singapore.