

Konsep Aplikasi Masak Yuk! dengan Menggunakan Prinsip *Design Thinking*

Authors:

Charity Latanza Indahsari¹
Iwan Sukoco²

Affiliation:

^{1,2}Departemen Administrasi
Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas
Padjadjaran

Corresponding Author:

Charity Latanza Indahsari

Emails:

¹charity19001@mail.unpad.ac.id

²iwan.sukoco@unpad.ac.id

Article History:

Received: December 29, 2019

Revised : May 24, 2020

Accepted: June 26, 2020

How to cite this article:

Indahsari, C. L., & Sukoco, I.
(2020). Hasil dan Pembahasan
Konsep Aplikasi Masak Yuk!
dengan Menggunakan Prinsip
Design Thinking. *Organum:
Jurnal Saintifik Manajemen
dan Akuntansi*, 3(1), 13-21. doi:
<https://doi.org/10.35138/organum.v3i1.70>

Journal Homepage:

ejournal.winayamukti.ac.id/index.php/Organum

Copyright:

© 2020. Published by
Organum: Jurnal Saintifik
Manajemen dan Akuntansi.
Faculty of Economics and
Business. Winaya Mukti
University.



Abstract. *Design thinking is a design method that can provide a solution-based approach to solving a problem and is very useful in overcoming very complex problems. One of the technological developments in the culinary field is the emergence of applications that contain a variety of recipes. The purpose of this research is to make it easier for people who want to cook food at home without having to search one by one the ingredients to be cooked but by buying various packages of ingredients that are sold and can enjoy the video tutorial features of each existing food package. The method used in this research is descriptive qualitative. Researchers used design thinking as an approach and also the thought process in finding concepts from an application. In addition, there are five stages in design thinking, namely empathy, define, ideate, prototype and test. The application "Masak Yuk!" is an application that contains cooking tutorials, tips about cooking and selling food ingredients packages. By using design thinking that was designed according to the needs of the community, the product could be well defined and the overall concept could be displayed.*

Keywords: *Cooking recipe application; application; design thinking.*

Abstrak. *Design thinking merupakan metode desain yang dapat memberikan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan suatu masalah serta sangat berguna dalam mengatasi masalah yang sangat kompleks. Salah satu perkembangan teknologi dalam bidang kuliner adalah dengan munculnya aplikasi yang berisikan berbagai resep masakan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memudahkan masyarakat yang ingin memasak makanan di rumah tanpa harus mencari satu per satu bahan makanan yang akan dimasak tersebut. Tetapi, dengan cara membeli berbagai paket bahan masakan yang dijual dan dapat menikmati fitur video tutorial dari setiap paket masakan yang ada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan *design thinking* sebagai pendekatan dan juga proses berpikir dalam menemukan konsep dari sebuah aplikasi. Selain itu, terdapat lima tahapan dalam *design thinking*, yaitu *emphatise, define, ideate, prototype* dan *test*. Aplikasi "Masak Yuk!" merupakan suatu aplikasi yang berisikan tutorial memasak, tips-tips seputar memasak serta menjual paket bahan masakan. Dengan menggunakan desain pemikiran yang dirancang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, maka produk dapat didefinisikan dengan baik dan konsep keseluruhan dapat ditampilkan.*

Kata Kunci : *Aplikasi resep masakan; aplikasi; design thinking.*

Pendahuluan

Saat ini perkembangan teknologi ke arah serba digital semakin pesat. Hal ini dikarenakan teknologi telah menjadi alat yang dapat membantu sebagian besar

kebutuhan manusia dan digunakan untuk mempermudah melakukan tugas dan pekerjaan apapun, sehingga peran teknologi tersebutlah yang membawa manusia memasuki era digital seperti saat ini. Merembaknya berbagai aplikasi pun terjadi seiring dengan diproduksinya ponsel pintar atau *smartphone* dengan *Operating System* (OS) yang semakin mendekatkan diri kepada kehidupan manusia yang ditujukan untuk kemudahan dan kenyamanan penggunaannya, seperti aplikasi dalam bidang transportasi, jual beli *online*, kesehatan, kuliner, dan sebagainya. Inovasi-inovasi dalam bidang teknologi dilakukan karena terjadinya perubahan secara terus-menerus seperti, adanya perubahan ekonomi, politik, sosial budaya, iklim, hingga perubahan lingkungan persaingan bisnis.

Salah satu perkembangan teknologi dalam bidang kuliner, yaitu dengan munculnya berbagai aplikasi yang berisikan berbagai resep masakan. Antusiasme masyarakat dalam dunia kuliner saat ini sangat tinggi. Hal tersebut dikarenakan makanan tidak lagi hanya dianggap sekedar memenuhi kebutuhan gizi saja, makanan telah menjadi suatu objek rekreasi atau hiburan yang dapat menghilangkan stress akan pekerjaan bagi sebagian masyarakat (Gofur, 2012). Berkaitan dengan hal tersebut, menjadikan resep masakan sangat dibutuhkan karena berfungsi sebagai suatu sarana yang dapat menuntun pada saat penyiapan bahan-bahan masakan, cara pembuatan serta penyajian makanan agar menghasilkan masakan dengan cita rasa yang lezat dan menarik. Resep masakan yang hanya diperoleh turun-temurun terkadang terlupakan karena padatnya aktivitas seseorang sehingga diperlukan adanya resep masakan yang dapat diakses setiap saat untuk mempermudah dalam proses memasak. Sebelum teknologi berkembang, mencari resep masakan dapat melalui buku, majalah, koran atau dari mulut ke mulut saja sehingga dapat menimbulkan kesulitan dalam hal

pencarian atau pengarsipan koleksi resep masakan. Namun, seiring dengan berkembangnya teknologi membuat orang gemar untuk menggunakan *smartphone*. Dengan menggunakan *smartphone* maka akan mempermudah pengguna dalam mengakses aplikasi resep masakan.

Saat ini sudah banyak aplikasi resep masakan yang bermunculan. Akan tetapi, aplikasi resep masakan yang menawarkan kelebihan dibandingkan aplikasi resep masakan lainnya belum ditemukan. Dengan menggunakan *design thinking* sebagai pendekatan dan juga proses berpikir dalam menemukan konsep dari sebuah aplikasi, maka muncullah konsep mengenai aplikasi yang bernama "Masak Yuk!". Aplikasi Masak Yuk! merupakan suatu aplikasi yang berisikan tutorial memasak, tips-tips seputar memasak serta menjual paket bahan masakan. Tujuan dari aplikasi ini memudahkan masyarakat yang ingin memasak makanan di rumah tanpa harus mencari satu-satu bahan makanan yang akan dimasak tersebut, namun dengan cara membeli berbagai paket bahan masakan yang dijual pada aplikasi Masak Yuk! dan kemudian dapat menikmati fitur video tutorial serta berbagai tips dari setiap paket masakan yang ada sehingga konsumen dapat dengan mudah mempraktikkannya di rumah.

Kajian Literatur

E-Business

Saat ini, teknologi internet telah berkembang menjadi sebuah strategi baru yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk meningkatkan dan mengembangkan bisnis yang dikelola. Salah satu contoh dari strategi berbasis teknologi internet yang dapat membantu pelaku usaha untuk berkomunikasi dan mendistribusikan barang dan jasanya kepada konsumen, yaitu *e-business*.

E-business dapat didefinisikan sebagai penggunaan teknologi internet untuk meningkatkan performa dari proses

suatu bisnis, yang meliputi penjualan dan pembelian produk dan jasa melalui situs *web* yang melibatkan *stakeholder* seperti konsumen, pemilik usaha, *vendor*, serta pemasok (Handarkho, Suryanto, Dewi, & Julianto, 2017).

Definisi *e-business* adalah praktik pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis utama seperti perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan, dan penyediaan *service* melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi. Selain itu, *e-business* meliputi semua hal yang harus dilakukan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan kegiatan bisnis antarorganisasi maupun dari organisasi ke konsumen (Sutabri, 2012). Definisi lain mengatakan bahwa *e-business* merupakan suatu teknologi untuk mengembangkan proses bisnis, baik internal yang berupa sumber daya manusia, administrasi dan keuangan, maupun proses eksternal yang berupa penjualan dan pemasaran, penyediaan barang dan jasa serta hubungan dengan konsumen. Disebutkan, bahwa *e-business* merupakan metode yang menghubungkan beberapa perusahaan untuk membuat sistem internal dan eksternal perusahaan agar lebih fleksibel dan efisien, dekat dengan *partner* maupun pemasok serta untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Dhillon & Kaur, 2012).

Dalam mengimplementasikan konsep *e-business*, terlihat bahwa dalam meraih keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) jauh lebih mudah bila dibandingkan dengan mempertahankannya. Secara teoretis hal tersebut dijelaskan karena adanya karakteristik sebagai berikut (Sutabri, 2012):

1) Pada level operasional, yang terjadi dalam *e-business*, yaitu restrukturisasi dan redistribusi dari bit-bit digital (*digital management*) sehingga mudah bagi perusahaan untuk dapat meniru

model bisnis dari perusahaan lain yang telah sukses.

- 2) Dalam *e-business* (internet), perusahaan harus mampu melayani pelanggan selama 7 hari dan 24 jam dalam seminggu karena jika tidak akan dengan mudahnya kompetitor untuk bisa menyaingi perusahaan terkait. Hal tersebut terjadi dikarenakan *e-business* berbeda dengan bisnis konvensional lainnya, di mana mereka biasanya merupakan sebuah kantor yang beroperasi 8 jam sehari.
- 3) Pelanggan dapat berinteraksi dengan perusahaan yang terkoneksi di internet, sehingga sangat memudahkan mereka untuk berpindah-pindah perusahaan dengan biaya yang rendah (*rendahnya switching cost*).
- 4) Fenomena jejaring, dalam hal ini merupakan *internet working*, telah memaksa perusahaan untuk bekerja sama dengan berbagai mitra bisnis untuk dapat menawarkan produk atau jasa secara kompetitif sehingga kontrol kualitas, harga maupun kecepatan sebuah produk atau jasa kerap ditentukan oleh faktor-faktor luar yang tidak ada di dalam kontrol perusahaan.

Penerapan *e-business* pada suatu unit usaha sebenarnya dapat menimbulkan keuntungan ataupun kerugian bagi unit usaha tersebut. Terkadang permasalahan ini menjadi dilema yang harus diselesaikan oleh manajemen. Pada satu sisi, teknologi akan sangat menguntungkan penjualan, sebab promosi dapat dilakukan secara meluas, hingga sampai pada efisiensi tenaga kerja secara tidak langsung. Namun, bagi beberapa unit usaha, penerapan *e-business* cenderung memberikan kerugian. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan biaya yang dibutuhkan untuk mengoperasikan teknologi sangat tinggi. Bahkan, biaya tersebut dapat menjadi lebih tinggi daripada keuntungan yang diperoleh dari

penerapan *e-business* itu sendiri. Sehingga, hal ini tidak memenuhi teori *cost and benefit*, dimana *benefit* atau keuntungan yang seharusnya diperoleh lebih besar dibandingkan dengan *cost* yang dikeluarkan (Rani & Rahmawati, 2008).

Design Thinking

Desain melibatkan perilaku yang ditargetkan untuk tujuan tertentu dan untuk menciptakan solusi. Tujuan dari desain mungkin untuk menyelesaikan masalah yang memengaruhi satu atau banyak orang. Dalam bidang desain, desain tidak dilihat sebagai hak prerogatif dari beberapa orang terpilih. Sebaliknya, Lawson (2006) mengatakan “kita semua dapat, dan melakukan, mendesain dan bahwa kita dapat belajar merancang dengan lebih baik” (Matthews & Wringley, 2017).

Menurut Brown (2009), *design thinking* atau pemikiran desain dapat digambarkan sebagai “suatu disiplin yang menggunakan kepekaan dan metode perancang untuk mencocokkan kebutuhan orang dengan apa yang layak secara teknologi dan apa yang dapat diubah oleh strategi bisnis menjadi nilai pelanggan dan peluang pasar”. Lockwood (2010) menyebutkan bahwa pada umumnya *design thinking* disebut sebagai “menerapkan sensibilitas dan metode desainer untuk pemecahan masalah, tidak peduli apa masalahnya metodologi untuk pemecahan masalah dan pemberdayaan”. Baru-baru ini, pemikiran desain telah beralih dari desain produk dan proses ke faktor kunci dalam strategi perusahaan (Matthews & Wringley, 2017).

Secara lebih luas, gagasan desain dan *design thinking* atau pemikiran desain dalam literatur bisnis telah banyak dipopulerkan oleh cerita dan studi kasus pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan desain seperti, IDEO yang telah bekerja dalam pengembangan produk baru selama beberapa dekade (Brown, 2008). Dalam kasus-kasus ini, *design thinking* dipahami secara luas sebagai pendekatan yang

berpusat pada manusia terhadap inovasi yang mencakup inspirasi, ideasi, dan implementasi yang nampak sama-sama memahami orang secara siklus dan berulang-ulang sebagai inspirasi, pembuatan prototipe, bangunan untuk berpikir, menggunakan cerita, dan memiliki budaya yang terinspirasi dan menginspirasi (Matthews & Wringley, 2017).

Design Thinking untuk Pemecahan Masalah

Lawson (2006) berpendapat bahwa masalah desain mungkin merupakan jenis masalah yang paling penting untuk diselidiki. Hal tersebut dikarenakan begitu banyak para profesional yang dibayar untuk merancang produk dan juga sistem. Dalam konsepsi pemahaman desain, dipahami dengan baik bahwa terdapat lebih dari satu cara yang benar. Sikap desain, yang berbeda dari sikap keputusan, berarti merancang atau membawa alternatif. Di sini yang menjadi perhatian adalah menemukan keterampilan, waktu, dan sumber daya yang diberikan sebaik mungkin. Diakui bahwa desain akan membutuhkan penemuan kemungkinan baru. Bertentangan dengan sikap desain adalah sikap keputusan, di mana manajer sebagai penghasil ide mendorong kemungkinan-kemungkinan baru. Demikian pula, sikap desain memandang setiap proyek sebagai sebuah peluang untuk penemuan yang mencakup, mempertanyakan asumsi dasar dan tekad untuk meninggalkan dunia sebagai tempat yang lebih baik daripada yang kita temukan (Matthews & Wringley, 2017).

Glen et al (2014) membandingkan proses pemikiran rasional-analitis dan pendekatan *design thinking* menyoroti manfaat *design thinking* dalam hal perumusan masalah, metode, proses solusi, rasional, dan hasil. Sifat generatif dari *design thinking* dalam mengembangkan solusi baru tidak terbatas pada pengaturan bisnis, dan ada banyak literatur tentang penerapan *design*

thinking untuk inovasi sosial (Glen, Suci, & Baughn, 2014). Misalnya saja, Brown & Wyatt (2010) telah dibahas bagaimana *design thinking* dapat menghasilkan ratusan ide dan pada akhirnya solusi dunia nyata yang menciptakan hasil yang lebih baik untuk organisasi dan orang-orang yang mereka layani (Social, 2010).

Design thinking yang diterapkan pada strategi bisnis dan transformasi bisnis terkadang digambarkan sebagai pemikiran integratif (Matthews & Wringley, 2017). Pendekatan ini untuk merancang pusat pemikiran tentang inovasi dan transformasi bisnis, penemuan kebutuhan dan peluang yang tidak terpenuhi serta penciptaan visi baru dan skenario alternatif. Elemen inti dari *design thinking* adalah kemampuannya untuk menangkap pengetahuan baru, di mana para praktisi mungkin berbeda dalam teknik dan peralatan mereka (Bucolo & Matthews, 2010). Namun, itu akan menjadi kombinasi penerapan alat desain dengan pemahaman yang kuat atau inovasi organisasi yang mengidentifikasi nilai strategis *design thinking*.

Tahapan dalam *Design Thinking*

Design thinking merupakan suatu metode desain yang memberikan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah. *Design thinking* sangat berguna dalam mengatasi masalah yang kompleks dengan memahami kebutuhan manusia yang terlibat, meringkai ulang masalah, dengan cara yang berpusat pada manusia, menciptakan banyak ide dalam sesi *brainstorming*, dan dengan mengadopsi pendekatan langsung dalam pembuatan ide purwarupa serta pengujian. Terdapat lima tahap model yang diusulkan oleh Institut Desain Hasso-Plattner di Stanford (d.school) (Lawson, 2006). Lima tahap *design thinking*, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Berikut penjelasannya.

1) *Empathize* (Empati). Tahapan dimana kita mengamati apa yang dilakukan oleh *user* dan cara mereka berinteraksi

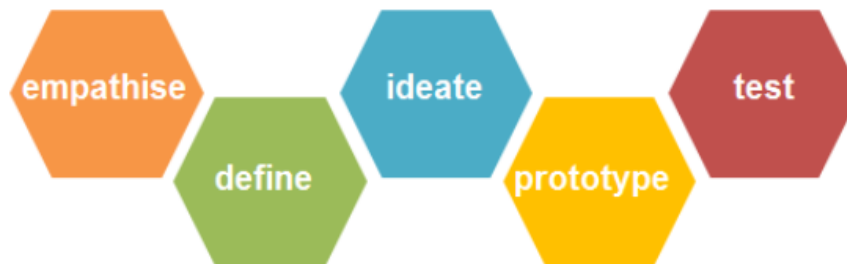
dengan lingkungannya, terlibat secara langsung dapat membantu dalam mengungkapkan cara berpikir dan nilai-nilai yang mereka pegang. Setelah mengamati dan melibatkan diri dengan *user*, maka penting juga untuk merasakan langsung pengalaman dari *user*.

- 2) *Define* (Penentuan). Pada tahap ini kita menentukan permasalahan yang berfokus pada *user* yang spesifik dan berdasarkan *insight* serta kebutuhan-kebutuhan *user*. Pada intinya, informasi yang telah dikumpulkan selama tahap *empathize*, kemudian dianalisis dan disintesis untuk menentukan masalah inti yang akan diidentifikasi. Tahap ini akan sangat membantu untuk menyelesaikan masalah, sebab telah dilakukannya penetapan masalah.
- 3) *Ideation* (Proses Kreatif). Tahap ini merupakan tahap untuk mengeluarkan atau menghasilkan pendapat atau ide-ide yang dapat menjadi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.
- 4) *Prototype* (Purwarupa). Dalam tahapan ini, akan dihasilkan sejumlah versi produk yang murah dan diperkecil, atau fitur khusus yang ditemukan dalam produk sehingga dapat menyelidiki solusi dari masalah yang dihasilkan pada tahap sebelumnya. *Prototype* tersebut dapat diuji dalam tim sendiri ataupun ke beberapa orang. Ketika terdapat masukan maka dilakukan perbaikan lagi pada *prototype* tersebut, sehingga akan menghasilkan *prototype* yang benar-benar bagus. Dalam tahap *prototype* juga dilakukan pengaplikasian ide-ide yang sudah dikumpulkan ke dalam bentuk fisik, yang dapat berupa catatan yang ditempel di tembok, objek, atau bahkan *storyboard*.
- 5) *Test* (Uji Coba). Pada tahap *test*, akan dilakukan pengujian dan juga evaluasi terhadap produk kepada masyarakat, yang kemudian hasilnya akan

dilakukan perubahan serta penyempurnaan untuk menyingkirkan solusi dari masalah dan juga mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai produk dan

penggunanya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tahapan ini merupakan peluang untuk memperbaiki solusi serta membuatnya lebih baik lagi.

Gambar 1. Design Thinking Stanford D-School



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Deskripsi kualitatif merupakan label yang digunakan dalam penelitian kualitatif untuk studi yang bersifat deskriptif. Metode ini telah diidentifikasi sebagai hal yang penting dan sesuai untuk pertanyaan penelitian yang difokuskan pada menemukan siapa, apa, dan di mana peristiwa atau suatu pengalaman dan mendapatkan wawasan dari informan mengenai fenomena yang kurang dipahami. Deskripsi kualitatif adalah tujuan yang sesuai ketika deskripsi langsung dari suatu fenomena diinginkan atau informasi dicari untuk mengembangkan dan memperbaiki kuesioner atau intervensi. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode eksploratif, yang merupakan suatu metode yang berusaha untuk menjelajah atau menggambarkan apa yang terjadi termasuk siapa, kapan, di mana atau berhubungan dengan karakteristik suatu gejala atau masalah sosial, baik berupa pola, bentuk, ukuran, hingga distribusi (Sihalahi, 2006).

Aplikasi yang dirancang dalam penelitian ini didasari oleh masalah yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari

sehingga rancangan aplikasi ini dibuat dengan menggunakan *desain thinking*. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif tersebut, maka dapat memberikan gambaran mengenai konsep dari suatu aplikasi, yang merupakan proses dari *design thinking* peneliti pada subjek penelitian.

Peneliti menggunakan *design thinking* sebagai pendekatan maupun proses berpikir dalam menemukan sebuah konsep aplikasi dan penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan *design thinking* dalam membangun sebuah konsep aplikasi yang inovatif. *Design thinking* memiliki lima tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Namun, pada penelitian ini peneliti hanya membatasi sampai pada tiga tahap saja. Berikut ini merupakan tahapan-tahapan penelitiannya, yaitu:

- 1) *Emphatize*: Di mana kita mengamati secara langsung apa yang dilakukan oleh pengguna dan cara mereka berinteraksi dengan lingkungannya, terlibat secara langsung dapat membantu dalam mengungkapkan cara berpikir dan nilai-nilai yang mereka pegang.
- 2) *Define*: Pada tahap ini kita menentukan permasalahan yang berfokus pada pengguna yang spesifik

berdasarkan *insight* serta kebutuhan-kebutuhannya. Kemudian, informasi yang telah dikumpulkan selama tahap pertama, dianalisis dan disintensis.

- 3) *Ideation*: Tahap untuk mengeluarkan atau menghasilkan pendapat atau ide-ide yang dapat menjadi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.

Hasil dan Pembahasan

1. *Emphaties*

Saat ini, dengan adanya teknologi sangat memudahkan manusia dalam menjalani kehidupan sehari-harinya, apalagi dengan padatnya rutinitas maka teknologi menjadi salah satu solusi untuk bisa mempermudah manusia dalam bekerja serta dalam memanfaatkan waktu dengan baik. Dengan padatnya rutinitas, seringkali seseorang terutama kaum perempuan menjadi tidak ada waktu untuk memasak makanan. Bahkan tidak sedikit mereka yang tidak bisa atau malas memasak karena memiliki anggapan bahwa memasak itu merupakan hal yang sulit dan merepotkan karena harus mempersiapkan berbagai bahan serta terdapat resiko kegagalan dalam proses pembuatan atau penyajiannya. Adanya aplikasi Masak Yuk! memberikan kemudahan bagi mereka yang ingin memasak dengan mudah, cepat dan anti gagal, yaitu dengan cara menikmati fitur video-video tutorial memasak dari berbagai paket menu makanan yang dijual oleh Masak Yuk!.

Jadi, selain memberikan fitur video tutorial memasak, aplikasi Masak Yuk! juga menawarkan produk berbagai paket menu masakan. Di mana, masing-masing paket berisikan bahan-bahan makanan serta bumbu pelengkap sehingga pelanggan hanya tinggal memasak saja tanpa harus menyiapkan atau tidak perlu repot-repot membeli berbagai bahan serta bumbu masakan lagi, tetapi cukup tinggal melihat video tutorial yang tersedia, kemudian memasak semua bahan yang ada di dalam satu paket tersebut. Dengan

demikian, Masak Yuk! memberikan kepraktisan bagi penggunanya.

2. *Define*

Aplikasi Masak Yuk! merupakan perpaduan antara aplikasi yang berisi resep dan tutorial masakan serta aplikasi yang menjual produk bahan makanan. Selain itu, membuat aplikasi ini berbeda dari yang lainnya, yaitu adanya fitur mengenai tips-tips seputar memasak sehingga membuat aplikasi ini lengkap serta membuat *user* tidak bosan dan dapat terus menggunakan aplikasi Masak Yuk!. Aplikasi ini ditujukan bagi mereka yang memiliki aktivitas yang padat tetapi tetap ingin masak makanan yang enak serta bagi mereka yang ingin belajar memasak dengan cara yang mudah. Dengan demikian, *user* hanya perlu mengakses satu aplikasi saja, yaitu Masak Yuk!, dan mereka dapat membuat masakan tanpa perlu khawatir gagal dan tidak perlu repot mencari dan membeli bahan-bahan masakan lagi.

3. *Ideate*

Tahapan ini merupakan tahap untuk menghasilkan ide sehingga ide-ide tersebut akan ditampung untuk menyelesaikan masalah yang telah ditetapkan pada tahap sebelumnya. Penting untuk mendapatkan ide sebanyak mungkin. Proses *ideate* dari penulis menghasilkan ide konsep aplikasi Masak Yuk!, yaitu dijelaskan sebagai berikut :

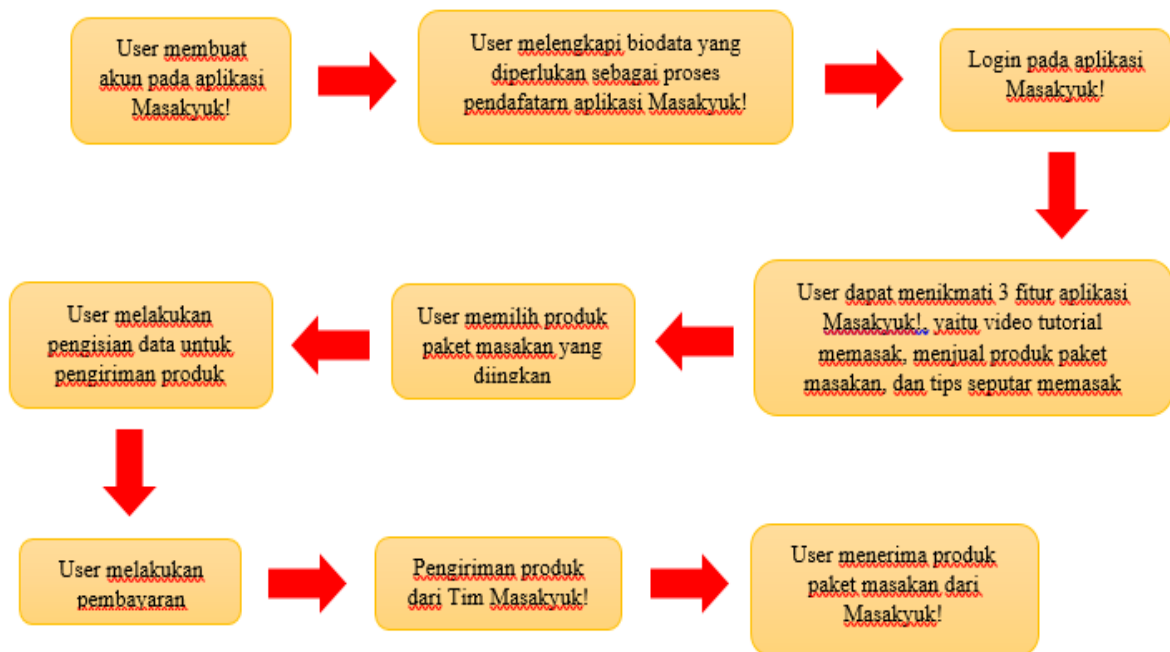
Proses penggunaan aplikasi Masak Yuk! dibagi menjadi dua, yaitu :

- a) Pada tahap awal, *user* perlu melakukan pendaftaran pada aplikasi Masak Yuk!, dengan cara mengisi biodata yang diperlukan sehingga *user* akan memiliki akun pada aplikasi Masak Yuk!.
- b) Selanjutnya, *user* dapat menikmati beberapa fitur yang ada dalam aplikasi Masak Yuk!, seperti kumpulan video tutorial memasak, pembelian paket bahan masak serta fitur yang berisikan tips-tips seputar memasak. Paket bahan masakan yang dapat dibeli oleh

pelanggan, di antaranya paket daging *bulgogi*, paket *teokpokki*, paket *beef teriyaki*, paket lidah mercon, dan sebagainya. Di dalam setiap paket tersebut berisikan bahan-bahan makanan serta bumbu pelengkap sehingga sangat memudahkan pelanggan untuk dapat langsung memasaknya dan pelanggan dapat melihat langsung video tutorial cara memasak paket tersebut dari kumpulan-kumpulan video tutorial yang disediakan pada aplikasi Masak Yuk!.

Jika *user* tertarik ingin membeli paket-paket bahan masakan yang dijual oleh Masak Yuk!, maka mereka hanya perlu memilih fitur yang menyediakan berbagai paket dan memilih paket mana yang ingin dibeli, kemudian melakukan pengisian data, lalu melakukan pembayaran, dan pembelian tersebut akan segera diproses serta paket bahan masakan pun akan segera dikirim kepada pelanggan.

Gambar 2. Mekanisme Penggunaan Aplikasi Masak Yuk!



Kesimpulan

Dari penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aplikasi Masak Yuk! merupakan sebuah inovasi dalam aplikasi resep masakan, di mana Masak Yuk! menawarkan nilai lebih dibandingkan dengan aplikasi resep masakan lainnya, yaitu dengan adanya fitur pembelian paket bahan masakan yang bertujuan untuk memudahkan para penggunanya. Penggunaan *design thinking* sebagai suatu pendekatan dan juga proses berpikir dalam menemukan konsep dari sebuah aplikasi, membuat semua perancangan

menjadi lebih efektif dan efisien sehingga aplikasi Masak Yuk! dapat memiliki keunggulan kompetitif serta dapat diterima oleh masyarakat luas.

Daftar Pustaka

Brown , T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York: Harper Business.

Brown, T. (2008). *Design Thinking*. Harvard Business Review.

- Brown, T., & Wyatt, J. (2010). Design Thinking for Social Innovation. *Development Outreach* 12(1), 29–43. doi: <https://doi.org/10.1596/1020-797X.12.1.29>
- Bucolo, S., & Matthews, J. (2010). *Using a Design Led Disruptive Innovation Approach to Develop New Services: Practicing Innovation On Times Of Discontinuity*. Proceedings of the 11th International CINet Conference: Practicing Innovation in the Times of Discontinuity. CINet, Netherlands, 176–187. Diakses dari <https://eprints.qut.edu.au/38457/>
- Dhillon, R., & Kaur, S. (2012). *Review Paper on e-Business & CRM*. International Journal of Computing & Business Research. Diakses dari <http://www.researchmanuscripts.com/isociety2012/64.pdf>
- Glen, R., Suci, C., & Baughn, C. (2014). The Need for Design Thinking in Business Schools. *Academy of Management Learning & Education*, 13(4), 653–667. doi: <https://doi.org/10.5465/amle.2012.0308>
- Gofur, F. (2012). Rancang bangun Aplikasi Resep Masakan Khas Indonesia Berbasis Mobile Android pada Kelompok Pkk di Kelurahan Lebak Gede Bandung. Tesis (Diploma). Universitas Komputer Indonesia.
- Handarkho, Y. D., Suryanto, T. R., Dewi, F. K., & Julianto, E. (2017). Penerapan Strategi E-business untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif dari Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia (Studi kasus Trooper Electronic Yogyakarta). *Jurnal Buana Informatika*, 8(4), 201–212. doi: <https://doi.org/10.24002/jbi.v8i4.1444>
- Lawson, B. (2006). *How Designers Think* (4th ed.). Oxford: Elsevier.
- Lockwood, T. (2010). *Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value*. Boston: Design Management Institute.
- Matthews, J., & Wringley, C. (2017). Design and Design Thinking in Business and Management Higher Education. *Journal of Learning Design*, 10(1), 41–54. doi: <http://dx.doi.org/10.5204/jld.v9i3.294>
- Rani, P., & Rahmawati, D. (2008). Analisis Penerapan E-Business Studi Kasus pada Pt Sinar Mas Agro Resources and Technology (Smart), Tbk. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 6(2), 52–59. doi: <https://doi.org/10.21831/jpai.v6i2.933>
- Silalahi, U. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Unpar Press.
- Social, S. (2010). *Design Thinking for Social Innovation by Tim Brown & Jocelyn Wyatt Stanford Social Innovation Review*. Stanford Social Innovation Review.
- Sutabri, T. (2012). *Konsep Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.