

# Validasi Ide Startup Auctentik Menggunakan Metode Pendekatan Pemikiran Desain

*by* Fendi Nugroho Sultoni

---

**Submission date:** 20-Nov-2019 09:56PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1217318642

**File name:** Paper02.pdf (708.8K)

**Word count:** 1687

**Character count:** 10509

# Validasi Ide *Startup* Auctentik Menggunakan Metode Pendekatan Pemikiran Desain

**Abstract-**Perkembangan *startup* yang sangat pesat mulai merambah ke semua bidang, termasuk dalam bidang *fashion*. Di Indonesia banyak *startup fashion* yang berkembang pesat. Namun dari sekian banyak *startup fashion*, masih ada beberapa ide yang belum terjamah oleh *startup fashion* yang ada. Contohnya belum adanya fitur lelang pada *marketplace* tersebut. Sejauh ini lelang online hanya dilakukan di FB dan IG, dari lelang online ini ada 3 masalah utama yang terjadi. *Jump Bid*, *Bid and Run* dan Mempertanyakan kualitas barang. Auctentik hadir untuk menyelesaikan beberapa masalah yang umum terjadi pada lelang online, metode pemikiran desain digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada.

**Keywords-** Hype fashion, Local Brand Indonesia, Auction, Design Thinking, Value Proposition

## 10 I. PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadikan terciptanya dunia maya yang saat ini berkembang sangat pesat salah satunya di bidang bisnis. Bisnis secara *online* kini sangat diminati masyarakat karena kemudahan dalam mengakses internet. Salah satu bentuk bisnis *online* diminati dan menjadi tren saat ini di tanah air adalah *startup*. Bisnis *startup* kini mulai merambah ke semua bidang seperti pendidikan, kesehatan, ekonomi, property, transportasi, hingga *fashion*. Hadirnya bisnis *startup* ini bertujuan untuk mengurai masalah yang ada di masyarakat dengan menawarkan berbagai solusi akan kebutuhan tiap lini kehidupan berbasis teknologi. Salah satu bidang *startup* yang sangat berkembang pesat di tanah air adalah di bidang *fashion*. Zalora, Zilingo, Thefthing, dan Hijup merupakan contoh bisnis-bisnis *startup* di bidang *fashion* yang terbilang sukses yang ada di Indonesia. Hampir sebagian besar bisnis *startup fashion* di Indonesia hanya menawarkan produknya dengan sistem jual – beli pada umumnya. Adanya celah atau peluang ini menimbulkan suatu inovasi baru sebagai solusi yang tepat dalam keterbatasan tersebut.

Generasi Z atau disingkat Gen-Z di Indonesia saat ini mulai sadar pentingnya mendukung industri *brand* lokal dibandingkan *brand* luar negeri karena akan berdampak meningkatnya ekonomi kreatif yang sedang berkembang pula di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan data yang dilansir Koran Jakarta bahwa antusiasme masyarakat pada gelaran acara Jakcloth 2019, yaitu acara tahunan khusus bagi *brand clothing* dan *apparel* lokal meningkat 50 ribu dari tahun sebelumnya yaitu mencapai 300 ribu pengunjung dalam kurun waktu sepekan[1]. Meningkatnya minat para milenial akan *brand* lokal mengakibatkan semakin tingginya permintaan pasar. Akan tetapi ketersediaan produk lokal tak jarang masih belum dapat memenuhi minat pasar tersebut. Sehingga dalam dunia bisnis *startup* dibutuhkan suatu sistem *auction* atau lelang untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi dengan ketersediaan barang yang terbatas. Selain produk *brand* lokal, barang-barang *hype* yang sangat diminati masyarakat pada jangka waktu tertentu pun jumlahnya terbatas dan dibutuhkan sistem yang sama untuk bisa mendapatkannya. Dilansir dari Bussinessoffashion.com yang ditulis oleh Limei Hoang bahwa pada tahun 2025 sebanyak 45% pasar barang mewah / *hype brand* luar negeri seperti *Fendi*, *Balenciaga*, *Givenchy*, *Supreme* dan lain-lain akan dikuasai oleh Millennials dan Gen-Z [2].

Auctentik adalah sebuah *startup digital* yang bergerak di bidang jual beli produk *fashion* yang dikhususkan untuk menjual barang *brand* lokal dan melelang barang yang dikategorikan *hype*. Sehingga *startup* ini dapat menjadi media bagi masyarakat yang memiliki minat beli secara *online* pada produk *fashion* dengan jumlah yang terbatas. Sejauh ini, sistem jual beli *online* dengan metode lelang hanya dilakukan melalui media sosial *Facebook* dan *Instagram* yang dimana dalam proses pelelangannya masih terdapat celah. Celah tersebut adalah dalam proses pelelangan masih dilakukan secara manual yaitu oleh admin (manusia). Hasil dari pelelangan menggunakan metode ini dinilai kurang efektif dan rawan *human error* sehingga menyebabkan proses lelang tidak berjalan dengan baik dan akurat. Ada tiga pokok masalah yang kerap terjadi pada proses lelang melalui *platfom* media sosial

Facebook dan Instagram, yaitu : Pertama, *Jump Bid* yaitu kondisi lelang yang tidak sesuai dengan urutan kelipatan harga yang telah disepakati sebelumnya; Kedua, *Bid and Run* yaitu kondisi ketika pembeli menawar harga sebuah barang dan telah ditetapkan sebagai pemenang lelang tersebut tetapi pembeli menghilang dan tidak menyelesaikan proses pembayaran sesuai hasil lelang barang yang telah didapatkan. Ketiga, ketidakpercayaan pembeli mengenai keaslian barang yang ditawarkan pada suatu platform. Berdasarkan permasalahan tersebut maka Auctentik.com hadir untuk menyelesaikan masalah-masalah yang kerap timbul dari suatu proses perolehan pada sebuah platform yang terjadi hingga kini.

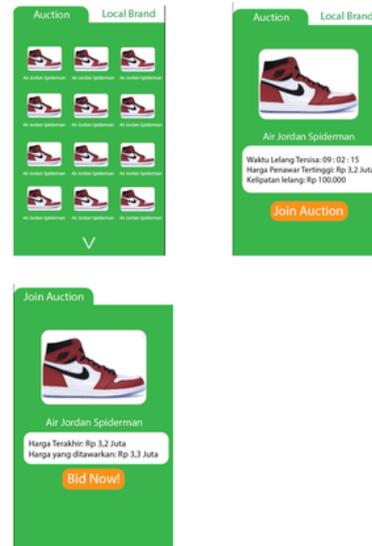
## II. METODE:

1. Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk memberikan gambaran inovasi model bisnis pada subjek penelitian. Metode ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah-masalah yang ada dalam masyarakat. Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan metode eksploratif. Metode eksploratif adalah suatu metode yang berusaha 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 [3]. Kelebihan dari penelitian ini adalah peneliti menggunakan Pemikiran Desain sebagai pendekatan dan proses dalam pengumpulan informasi yang melibatkan pengguna. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengimplementasikan *Design Thinking* untuk memvalidasi ide dari startup Auctentik. *Design Thinking* yang penulis gunakan terdiri dari empat tahapan.

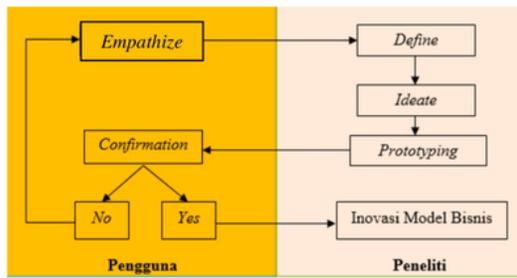
1. Tahapan pertama adalah *Empathize*, yaitu proses memahami dan berempati pada pengguna. Dalam tahap empati, langkah-langkah yang dilakukan seperti *Observe* dengan melihat pengguna dalam menggunakan produk yang ada saat ini. Selanjutnya *Engage* yaitu berinteraksi dan dengan pengguna dan melakukan *Interview* kepada pengguna terkait kebutuhan dari Aplikasi yang belum tersedia dan harapan fitur yang tersedia dari calon ide yang akan dikembangkan. *Immerse* yaitu mencoba untuk mengalami atau merasakan apa yang pengguna alami atau rasakan. Pengguna menceritakan beberapa masalah utama yang sering terjadi ketika dia melakukan lelang

online. Penulis melakukan *interview* kepada penjual yang menjual barangnya secara lelang di sosial media dan juga melakukan *interview* kepada pelanggan atau pembeli yang pernah mengikuti lelang online baik di Facebook ataupun Instagram.

2. Tahap kedua adalah *Define*, yaitu menentukan hasil tahapan *empathize* yang dilakukan pada pengguna. Tahap ini penulis mendeskripsikan kebutuhan konsumen yang ditemukan melalui tahapan *empathize* dan meminta pandangan pengguna terhadap produk subjek penelitian.
3. Tahap ketiga adalah *Ideate*, yaitu peneliti membentuk gagasan ide dari tahapan *define* yang telah didapatkan. Setelah mendapatkan gagasan yang cukup dari proses sebelumnya.
4. Prototyping menjadi tahap terakhir yang dilakukan, yaitu peneliti menjadikan atau merealisasikan bentuk tahapan *ideate*. Masukan dan harapan dari calon pengguna di kemudian peneliti akan melihat reaksi pelanggan terhadap gambaran produk dan mengkonfirmasi apakah *prototype* yang telah dibuat telah sesuai atau belum dengan kebutuhan pelanggan yang diinginkan tersebut.



Gambar 1 : Prototype Startup Auctentik



1  
Gambar 2 : Tahapan *Design Thinking*

Sumber : Institute of Design Stanford University (2009), diolah

### III.HASIL

Auctentik adalah sebuah e-marketplace yang berfokus pada lelang barang-barang *hype* dan penjualan brand lokal. Sejah ini, lelang barang-barang *hype* di Indonesia dilakukan melalui media sosial *Facebook* dan *Instagram* dimana masih memiliki celah dan kelemahan dari proses lelang tersebut. Secara garis besar ada 3 masalah yang sering terjadi ketika melakukan lelang melalui fb atau ig. Selain masalah yang terjadi pada lelang *online*, tidak adanya wadah *brand* lokal untuk menjual produknya juga menjadi fokus auctentik setelah mengatasi masalah yang ada pada lelang *online*. Brand lokal sedang naik daun di Indonesia Karena kesadaran masyarakat mulai naik akan pentingnya originalitas, mereka ingin mendukung brand lokal dan memajukan ekonomi kreatif Indonesia dengan membeli produk lokal daripada membeli barang palsu atau kw.



Gambar 3 : *Value Proposition* Auctentik

#### Value Proposition:

Ada 3 pembeda utama auctentik dibandingkan lelang *online* yang ada saat ini, yaitu:

##### 1. *More Competitive*

Auctentik menjadikan proses lelang lebih kompetitif karena lelang di lakukan oleh sistem teknologi yang

terintegrasi secara otomatis, sehingga tidak ada lagi *jump bid* pada proses lelang suatu barang. Dengan hilangnya *jump bid* pada lelang, maka harga akan lebih kompetitif karena bid dilakukan berurutan sesuai dengan kelipatan harga yang telah disepakati sebelum proses lelang dilakukan.

##### 2. *More Secure Payment*

Auctentik mewajibkan pembeli untuk mengisi saldo walletnya sebelum mengikuti lelang yang akan diselenggarakan, dengan hal ini kasus *bid and run* tidak akan terjadi ketika mengikuti lelang di auctentik.com.

##### 3. *100% Authentic*

Qualitas dan keaslian barang tidak perlu lagi dipertanyakan, karena dari auctentik bermitra dengan komunitas *hype* di berbagai daerah dengan sistem *crowdsourcing*. Dan juga kita bermitra dengan toko-toko resmi untuk melakukan pengecekan barang sebelum dijual ataupun di lelang. Sehingga barang yang ada di auctentik.com *100% original*.

Dari ketiga *value proposition* diatas dimaksudkan untuk menguntungkan kedua pihak, baik dari segi *seller* ataupun *buyer*. Dengan keriga gagasan fitur tersebut *seller* dan *buyer* akan lebih terlindungi dan terhindar dari masalah-masalah yang sering terjadi ketika melakukan lelang *online*.

#### Customer Segment :

*Customer Segment* dari auctentik terfokus pada penggiat *fashion*, mulai dari penjual, *reseller* hingga *end fashion customer*. Penjual *fashion* adalah pihak yang membuat suatu barang atau produk yang kemudian memasarkannya kepada *reseller* atau *end customer segment*. *Reseller fashion* adalah pihak yang membeli suatu produk untuk kemudian dijual kembali sedangkan *end customer fashion* adalah pembeli barang atau produk yang kemudian untuk dipakai sendiri oleh pihak tersebut. Tidak ada rentang usia sebagai *customer segment* pada startup auctentik.com ini.

#### Revenue Stream:

Pada rencana awal pengembangan auctentik, pendapatan atau *revenue stream* dari startup berasal dari *fee* transaksi yang terjadi dalam platform ini.

Fitur premium akun juga akan menjadi pemasukan dana tambahan ketika startup ini sudah berkembang.

#### IV.KESIMPULAN DAN PEKERJAAN KEDEPAN

##### Kesimpulan:

Metode *design thinking* yang digunakan untuk memvalidasi ide dari auctentik berjalan dengan lancar dan mudah digunakan serta diimplementasikan. Informasi dari narasumber mengenai lelang online yang Lengkap dan detail membuat validasi ide startup auctentik dapat berjalan sebagaimana mestinya. Ada 3 fokus utama yang akan diselesaikan oleh [auctentik.com](http://auctentik.com) dan menjadi pembeda dari marketplace yang sudah ada saat ini.

Marketplace untuk *brand* lokal menjadi fokus selanjutnya mengingat saat ini *brand* lokal sedang sangat digandungi oleh masyarakat Indonesia. Naiknya kesadaran untuk memilih brand lokal daripada barang palsu membuat tingginya minat beli akan brand lokal.

##### Pekerjaan Kedepan:

Pengujian prototype untuk memastikan apakah sudah sesuai dengan keinginan calon user dan juga Pembuatan auctentik dari gagasan ide menjadi sistem ataupun platform yang dapat digunakan akan menjadi tujuan utama dalam pekerjaan kedepan.

##### Referensi:

[1] <http://www.koran-jakarta.com/jakcloth-2019-pecahkan-rekor-jumlah-pengunjung/>

[2] <https://tirto.id/bagaimana-streetwear-menjadi-barang-mewah-cuSj>

[3] Silalahi, U. 2016. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Unpar Press.

Startup Pedia oleh Anis Uzzaman

Bussiness Model Generation written by Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

IMPLEMENTASI DESIGN THINKING DALAM MEMBANGUN INOVASI MODEL BISNIS PERUSAHAAN PERCETAKAN oleh Tommy Aland Saputra

Evolusi E-Marketplace oleh Prof. Richardus Eko Indrajit.

# Validasi Ide Startup Auctentik Menggunakan Metode Pendekatan Pemikiran Desain

## ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	8%
2	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
3	<a href="http://vdocuments.site">vdocuments.site</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	1%
6	<a href="http://library.hyundaicard.com">library.hyundaicard.com</a> Internet Source	<1%
7	<a href="http://tanjungherbal.com">tanjungherbal.com</a> Internet Source	<1%
8	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	<1%
9	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a>	

10

Titon Agung Saputro, Kriswandani Kriswandani, Novisita Ratu. "Pengembangan Media Pembelajaran Menggunakan Aplikasi Construct 2 Pada Materi Aljabar Kelas VII", JTAM | Jurnal Teori dan Aplikasi Matematika, 2018

Publication

<1%

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On