

DIGITALISASI UMKM SEKTOR JASA LOKAL

DI MASA PANDEMI COVID-19



Kelompok 19 – Kawanjasa

1. Febryola Kurnia Putri – 16520050 (Ketua)
2. Gede Prasidha Bhawarnawa – 16520045
3. Yoseph Alexander Siregar – 16520121
4. Aloysius Gilang Pramudya – 16520122
5. Timothy Stanley Setiawan – 16520153
6. Flavia Beatrix Leoni A. S. – 16520190
7. Akmal Munggaran – 16520288
8. Ammar Raihan – 16520364
9. Muhammad Fikri Ranjabi – 16520419
10. Nathanael Santoso – 16520423

DAFTAR ISI

Cover	
Daftar Isi.....	i
BAB I Latar Belakang Masalah	1
BAB II Metode Design Thinking	3
A. Empathy.....	3
B. Define.....	4
C. Ideate.....	5
BAB III.....	6
A. Mock Up Solusi	6
B. Butir Permasalahan.....	9
BAB IV Analisis SWOT.....	10
A. Strength.....	10
B. Weakness	10
C. Opportunity.....	10
D. Threat.....	11
BAB V Rangkuman dan Kesimpulan.....	12
A. Rangkuman.....	12
B. Kesimpulan	13
BAB VI Pembagian Tugas.....	14
Lampiran	15
Daftar Pustaka	20

BAB I

Latar Belakang Masalah

Saat ini, dunia sedang dilanda pandemi COVID-19 yang mampu melumpuhkan berbagai aktivitas manusia. Di Indonesia sendiri, kasus COVID-19 mulai mengalami peningkatan setelah beberapa bulan lalu mengalami penurunan. Tercatat per 27 Juli 2021 terdapat total kasus positif COVID-19 di Indonesia terkonfirmasi sebanyak 3.239.936 jiwa dengan kasus aktif sebanyak 556.281 jiwa, sembuh sebanyak 2.596.820 jiwa, dan meninggal sebanyak 86.835 jiwa.

Untuk menurunkan jumlah kasus positif COVID-19 yang kian hari kian meningkat, ada banyak upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam mengatasi pandemi COVID-19 ini. Salah satu upaya yang sedang diberlakukan saat ini adalah Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). PPKM sendiri saat ini diberlakukan dengan harapan dapat menekan angka penularan COVID-19 di masyarakat. PPKM ini tentunya akan mempengaruhi aktivitas masyarakat, seperti belajar, bekerja, dan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Tentunya akan ada banyak sektor yang terkena dampak dari diberlakukannya kebijakan PPKM ini, terutama sektor perekonomian seperti UMKM yang kegiatannya paling dibatasi.

Di masa pandemi COVID-19, para pelaku UMKM mengalami kesulitan untuk mendapatkan untung karena mobilitas yang dibatasi. Padahal, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64.19 juta, dengan komposisi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) mencapai 64.13 juta yakni 99.92% dari keseluruhan sektor usaha. Artinya, UMKM sendiri merupakan penyumbang terbesar terhadap PDB dan memiliki peran penting terhadap perekonomian nasional karena banyaknya tenaga kerja yang diserap.

Di Indonesia, UMKM terkena dampak yang cukup buruk akibat pandemi COVID-19. Menurut data dari katadata.co.id, sebanyak 56.8% UMKM berada dalam kondisi yang buruk, sedangkan hanya 14.1% yang masih berada pada kondisi baik. Kemudian, UMKM yang terkena dampak negatif dari pandemi COVID-19 sebanyak 82.9% dan 63.9% dari UMKM yang terdampak mengalami penurunan omset hingga lebih dari 30%. Tentu dari data tersebut kita dapat melihat kesulitan yang dialami oleh pelaku bisnis UMKM untuk

dapat bertahan di masa pandemi COVID-19 ini, terutama setelah kebijakan PPKM kembali diberlakukan.

BAB II

Metode Design Thinking

Dalam perwujudan ide dan solusi dari sebuah permasalahan yang ada, seperti pada apa yang ada di latar belakang pada bab I, dapat digunakan sebuah metode yang disebut dengan *design thinking*. *Design thinking* adalah sebuah metode atau proses yang digunakan untuk mengerti dan memahami secara lebih dalam mengenai suatu permasalahan untuk mencapai ide atau solusi yang paling tepat untuk permasalahan tersebut. Dalam metode *design thinking* ada 3 tahap awal yang perlu dilakukan, yaitu *Empathy*, *Define* dan *Ideate*. Setelah melalui 3 tahapan tersebut, akan ada 2 tahapan terakhir yang harus dilalui yaitu *prototyping* dan *testing*.

A. Empathy

Empati adalah tahap dari *design thinking* yang memungkinkan kita untuk mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk mengenal permasalahan yang dihadapi. Pada bagian ini kita memanfaatkan alat dalam *design thinking* yang bernama *Empathy Map* dengan memahami permasalahan yang akan dicari solusinya dari sudut pandang pelaku UMKM. Pada saat ini, kita mengetahui bahwa pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap sektor UMKM. Kondisi pada masa pandemi memberikan banyak kerugian dan juga membawa permasalahan baru bagi sektor UMKM yang memaksa para pemilik usaha untuk melakukan berbagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut. Banyak dari pada pelaku UMKM yang mencoba melakukan berbagai strategi untuk bertahan dalam pandemi Covid-19 seperti menurunkan produksi barang/jasa, mengurangi jam kerja, dan jumlah karyawan serta saluran penjualan/pemasaran. Akan tetapi, banyak UMKM yang masih kesulitan untuk bisa melalui masa sulit ini meskipun sudah melakukan berbagai upaya tadi. Salah satu bidang usaha dari UMKM yang paling terdampak dan menjadi fokus adalah UMKM bidang jasa.

Berdasarkan pengambilan informasi secara langsung yang kami dapatkan melalui wawancara kepada salah satu narasumber yang memiliki posisi sebagai pencari jasa, kami mendapatkan sudut pandang bahwa salah satu penyebab utama kurangnya tenaga

kerja yang bisa didapatkan adalah kurangnya penyebaran informasi atau promosi yang bisa beliau lakukan, meskipun beliau sudah mengupayakan promosi baik secara langsung seperti datang ke terminal, karang taruna ataupun tidak langsung seperti pengiklanan di *website* atau media sosial, tenaga kerja yang didapatkan belum memenuhi jumlah yang diinginkan. Beliau juga merasa bahwa masih banyak tenaga kerja yang memang juga membutuhkan pekerjaan yang mereka tawarkan, tetapi informasi atau promosi yang mereka buat tidak sampai ke mereka. Menurut pandangan narasumber, akan sangat baik apabila ada platform atau media yang bisa menjadi perantara dan penyedia informasi langsung, baik kepada penerima maupun pencari jasa.

Di tengah masa pandemi ini, para pemilik usaha juga dihadapkan pada kondisi dimana mereka bisa kehilangan tempat mereka menjalankan usaha. Salah satu contoh fakta yang terjadi adalah berita tentang salah satu pemilik usaha *service* HP di salah satu mall yang harus menawarkan jasanya ke jalanan baru baru ini. Sang pemilik usaha terpaksa melakukan hal itu karena beberapa hal, seperti ketidaksanggupan untuk membayar biaya operasional usaha, biaya sewa toko yang harus dibayarkan, tutupnya lapak toko itu sendiri karena sepiya pelanggan dan kebijakan PPKM darurat. Hilangnya tempat dari pemilik usaha untuk menjalankan usaha mereka bisa dikatakan menjadi penutup sumber rezeki mereka.

B. Define

Dari berapa informasi yang didapatkan, terlihat bahwa UMKM yang bergerak di bidang jasa seperti servis sepeda motor, servis mesin cuci, pembantu rumah tangga, dan lainnya berada pada peringkat ketiga sebagai sektor yang paling terdampak oleh kondisi pandemi saat ini. UMKM bidang jasa menghadapi kesulitan untuk bisa bertahan di situasi pandemi ini, pekerjaan mereka yang membutuhkan kontak langsung dengan calon pengguna jasa ketika ingin menawarkan jasa yang mereka sediakan menjadi alasan utamanya. Turunnya permintaan dan konsumsi rumah tangga akibat kondisi pada masa pandemi ini juga tidak lepas menjadi permasalahan utama bagi bidang jasa.

Masalah lainnya adalah kualitas SDM yang rendah pada bidang ini, yang di dalamnya belum dimiliki jiwa wirausaha dan pengetahuan yang mencukupi untuk dapat

ikut serta dalam persaingan mencari peluang dari pelanggan terutama dalam masa pandemi. Sifat pekerjaan yang minim terekspos oleh teknologi pun menjadi penyebab lainnya.

C. Ideate

Dengan menganalisis semua permasalahan dan kondisi yang ada, maka didapatkan sebuah solusi yang dapat memberikan manfaat antara penyedia jasa dan pencari jasa. Permasalahan dari sudut pandang penyedia jasa sendiri adalah sulitnya untuk memasarkan keahlian mereka kepada para pencari jasa atau terdapat suatu batas yang menyebabkan kompetensi yang dibutuhkan pencari jasa tidak sesuai dengan apa yang dimiliki oleh UMKM penyedia jasa. Digitalisasi UMKM menjadi solusi yang ditawarkan karena harapannya dengan adanya upaya digitalisasi maka jangkauan UMKM penyedia jasa kepada pelanggan menjadi semakin luas dan terdapat transparansi mengenai keterangan tentang jasa yang ditawarkan oleh UMKM penyedia jasa. Penyedia jasa hanya perlu untuk mengunggah keterangan diri mereka dan keahlian yang mereka miliki. Perkembangan dan pertumbuhan UMKM dapat meningkat pesat dengan adanya bantuan penyebaran dan pemasarannya secara *online* melalui suatu *website* penyedia jasa yang memungkinkan lebih banyak calon pelanggan untuk dapat melihat variasi jasa-jasa yang ditawarkan oleh penyedia jasa.

Pencari jasa dapat memilih penyedia jasa yang dibutuhkan karena banyaknya opsi yang tersedia. Digitalisasi diterapkan dalam bentuk pembuatan *website* penyedia jasa dan dibuat sedemikian rupa dengan menampilkan profil-profil UMKM penyedia jasa, variasi biaya penyewaan, serta keterangan tentang apa saja kemampuan yang dapat mereka tawarkan. Calon pelanggan pun bisa menyesuaikan terlebih dahulu penyedia jasa yang akan diambil sehingga pilihan untuk calon *customer* menjadi lebih banyak dan juga dapat langsung terhubung dengan penyedia jasa melalui informasi kontak penyedia jasa yang terdapat pada laman *website* yang dibuat.

BAB III

A. Mock Up Solusi

Untuk menyelesaikan masalah yang telah didefinisikan dan dijelaskan di Bab I dan Bab II, penulis mengajukan solusi berupa situs web (*website*) dengan nama Kawanjasa. Situs ini bertujuan untuk menghubungkan penyedia jasa dengan pengguna jasa di sekitar lokasi operasional mereka. Pembuatan *website* ini bertujuan untuk membantu pemasaran jasa yang ditawarkan penyedia jasa dan membantu pengguna jasa untuk memenuhi kebutuhan jasa mereka. Dengan begitu, dalam kondisi pandemi COVID-19 ini, maka UMKM jasa di Indonesia dapat tetap beroperasi dan dampak terhadap ekonomi Indonesia akibat pandemi COVID-19 dapat berkurang.

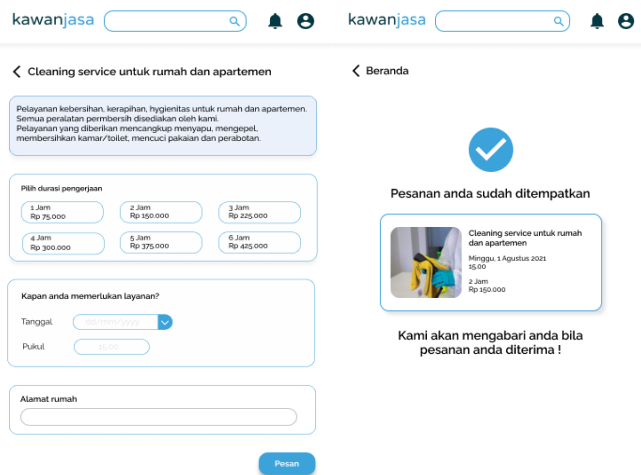
Berikut adalah alur penggunaan situs Kawanjasa. Pengguna melakukan *login* ke akun yang sudah terdaftar atau *register* jika belum melakukan pendaftaran. Jika pengguna terdaftar sebagai pengguna jasa, pengguna dapat memilih beberapa kategori seperti *cleaning service*, instalasi dan reparasi, *laundry*, serta desain dan fotografi. Setelah itu, pengguna dapat memilih pemberi jasa yang ingin dipilih beserta biaya yang ditawarkan. Pengguna lalu memilih tanggal dan waktu yang diinginkan untuk mendapatkan jasa tersebut dan juga memberikan catatan bagi pemberi jasa apabila dibutuhkan. Setelah itu, pengguna akan mendapatkan konfirmasi pesanan jasa yang telah dilakukan. Sebaliknya, jika pengguna terdaftar sebagai penyedia jasa, mereka dapat mendaftarkan jasanya pada kategori yang tersedia. Ketika jasa itu mendapatkan pesanan, mereka dapat melihatnya pada laman utama mereka.

Berikut tampilan atau visualisasi dari situs Kawanjasa sebagai gambaran awal dari solusi yang diangkat pada permasalahan ini yang terdiri atas tampilan *mobile* dan *desktop*.

A. Tampilan pada *mobile*

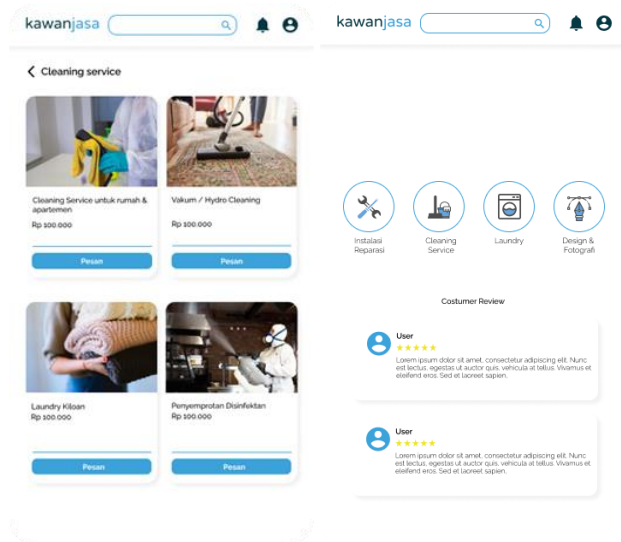


Gambar 1.1 Assets



Gambar 1.3 Home mobile

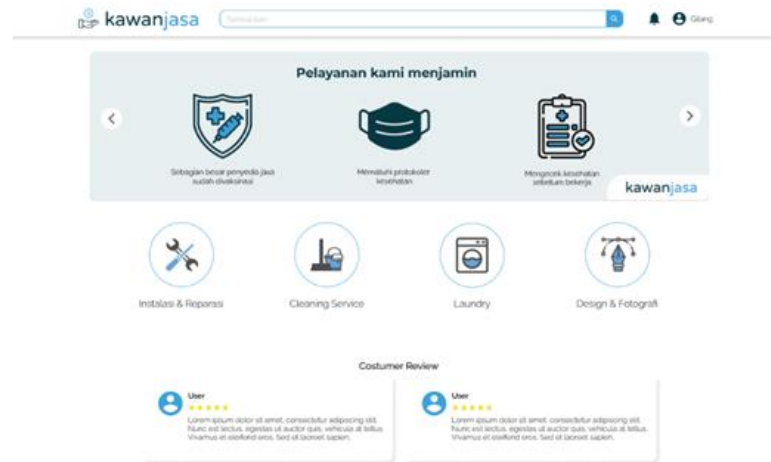
Gambar 1.4 Order placed



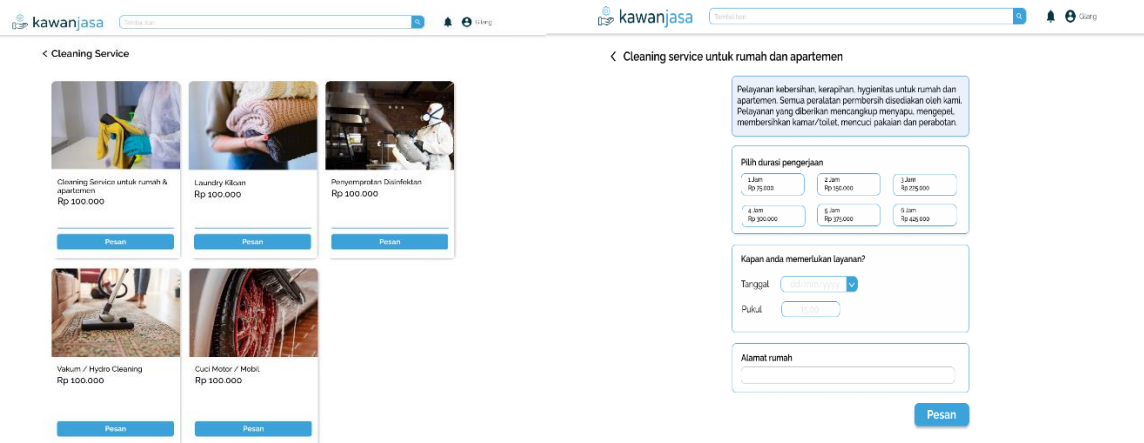
Gambar 1.5 List of services

Gambar 1.6 Landing

B. Tampilan pada *desktop*

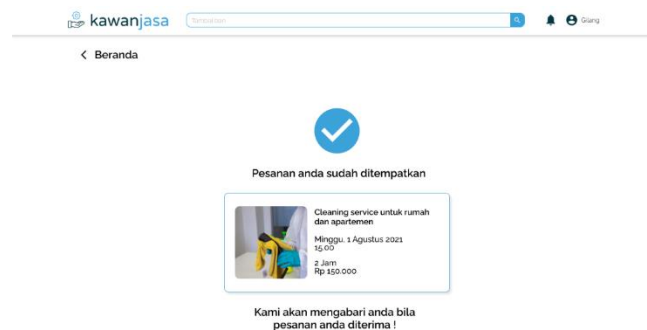


Gambar 2.1 Landing



Gambar 2.2 List of services

Gambar 2.3 Order page



Gambar 2.4 Order Placed

B. Butir Permasalahan

Dengan konteks pandemi COVID-19 yang sedang mewabah di Indonesia, adanya sebuah situs web *marketplace* jasa dapat membantu UMKM untuk bertahan hidup, terutama di beberapa daerah yang menerapkan lockdown lokal atau PPKM. Ini membantu transisi proses transaksi antara penyedia dengan pengguna jasa. Dulu pengguna jasa perlu melakukan proses pencarian untuk menemukan penyedia jasa di area mereka. Dengan adanya *website* ini, penyedia dan pengguna jasa dapat dipertemukan secara daring, memungkinkan adanya transaksi.

Selain itu, permasalahan yang diharapkan untuk diselesaikan menggunakan solusi di atas adalah para pengguna jasa memiliki lebih banyak opsi jasa yang dapat dipilih. Ini dapat memberdayakan sebuah lingkungan usaha yang kompetitif sehingga para penyedia jasa dapat berlomba-lomba mengembangkan kualitas dan variasi jasa yang ditawarkan. Target akhir dari penerapan *website* ini adalah tercipta suatu lingkungan UMKM jasa dengan harga terjangkau tanpa mengorbankan kualitas jasa.

BAB IV

Analisis SWOT

A. Strength

- Makin meningkatnya jumlah pengguna internet, sehingga membuat *website* ini semakin mudah untuk diakses oleh pengguna.
- Modal yang dibutuhkan relatif rendah.
- Tampilan Kawanjasa yang sederhana dan menarik.
- Kawanjasa mudah diakses dan digunakan oleh pengguna tanpa kontak langsung dengan penyedia jasa.
- Kawanjasa dapat menjadi media perantara dan penyedia informasi mengenai penyedia jasa di sekitar domisili pengguna *website*.
- Tampilan dari Kawanjasa yang mendukung dan *toolbar* mudah dipahami dan didukung oleh ikon-ikon yang sesuai dengan jasa yang dicari.
- Kawanjasa menampilkan profil-profil UMKM penyedia jasa, variasi biaya penyewaan, serta keterangan tentang apa saja kemampuan yang dapat mereka tawarkan
- Kawanjasa dapat membantu banyak UMKM yang terdampak di masa pandemi.

B. Weakness

- Sulitnya mengakses *website* bagi *customer* yang awam teknologi.
- Membutuhkan akses internet sehingga efektivitasnya mudah terganggu oleh gangguan koneksi dan sebagainya.
- Rawan terjadi kesalahan sistem yang dapat disebabkan oleh berbagai faktor eksternal atau internal seperti *overload server* atau adanya *bug*.
- Kawanjasa yang berbentuk *website* memungkinkan terjadinya penipuan oleh oknum-oknum tertentu, oleh karena itu perlu berhati-hati dalam bertransaksi.

C. Opportunity

- Semakin meningkatnya pengguna internet khususnya pengguna layanan *E-commerce*.

- Banyak perusahaan dan instansi yang belum memiliki *website* pribadi.
- Masih sedikitnya pesaing sejenis yang menyediakan pelayanan jasa secara *online* seperti Kawanjasa.
- Sesuai dengan *trend* di masa pandemi, yaitu semua serba *online*.

D. Threat

- Adanya masyarakat yang belum adaptif terhadap perubahan.
- Persaingan dengan *website* yang menyediakan hal serupa.
- Memungkinkan terjadinya pembuatan *website* palsu.
- Rawan dieksploitasi atau terkena serangan *hack* dari pihak luar yang tidak bertanggung jawab.

BAB V

Rangkuman dan Kesimpulan

A. Rangkuman

Akhir-akhir ini, peningkatan kasus COVID-19 di Indonesia memaksa pemerintah untuk memberlakukan PPKM dengan harapan dapat menekan angka pertumbuhan kasus COVID-19. Pengadaan PPKM ini tentunya akan berdampak pada berbagai sektor lainnya. Salah satu sektor yang terdampak parah adalah sektor perekonomian, terutama UMKM yang kegiatannya banyak dibatasi. Padahal UMKM menjadi penyumbang terbesar PDB di Indonesia. Akibat pembatasan kegiatan UMKM, berdasarkan data yang kami telesuri banyak pelaku bisnis UMKM yang mengalami kesulitan untuk mempertahankan usaha mereka.

Untuk mewujudkan ide dan solusi dari permasalahan di atas, dapat memanfaatkan metode *design thinking*. Berdasarkan metode design thinking, ada tiga tahapan yang perlu kita lakukan untuk mendapatkan solusi terbaik dari permasalahan kita, yaitu *empathy*, *define*, dan *ideate*. Pada tahap *empathy*, kami menemukan bahwa adanya gap informasi antara si pencari kerja dan pencari tenaga kerja. Kemudian, pada tahap *define*, kami menemukan permasalahan bahwa SDM yang rendah membuat pelaku UMKM sulit untuk bersaing. Akhirnya, pada tahapan *ideate*, kami merumuskan suatu solusi, yaitu menyediakan platform yang dapat mempertemukan si pencari dan penyedia jasa.

Untuk menyelesaikan permasalahan di atas, kami membuat suatu platform *website* bernama Kawanjasa. Platform Kawanjasa ini akan menjadi penghubung langsung antara si pencari dan penyedia jasa. Dengan demikian, gap informasi bisa dihilangkan dan bisa membantu UMKM untuk tetap bertahan hidup dalam kondisi PPKM ini.

Setiap solusi permasalahan pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Kelebihan utama solusi ini adalah kondisi PPKM ini mengharuskan setiap aktivitas dilakukan secara *online* sehingga platform *online* seperti ini pasti sangat dicari. Sedangkan, kekurangan utamanya adalah dunia yang serba *online* ini membuat

kejahatan *cyber* pun ikut berkembang sehingga bisa saja ada oknum yang melakukan tindak kejahatan atas nama Kawanjasa.

B. Kesimpulan

- Pemberlakuan PPKM akibat meningkatnya kasus COVID-19 membawa dampak buruk pada sektor perekonomian, terutama UMKM.
- Adanya gap informasi antara pencari dan penyedia jasa.
- SDM yang rendah membuat UMKM kesulitan bertahan hidup.
- Solusi penyelesaiannya berupa *website* penghubung antara pencari dan penyedia jasa.
- Platform *online* seperti *website* berpeluang besar karena diharuskan beraktivitas secara *online*.

BAB VI
Pembagian Tugas

No	Nama	Tugas	Keterangan
1	Febryola Kurnia Putri	Daftar isi, Bab VI (Pembagian tugas), lampiran, daftar pustaka, menggabungkan laporan	Selesai
2	Gede Prasadha Bhawarnawa	Mengerjakan Bab III	Selesai
3	Yoseph Alexander Siregar	Mengerjakan Bab II	Selesai
4	Aloysius Gilang Pramudya	Mengerjakan Bab III	Selesai
5	Timothy Stanley Setiawan	Mengerjakan Bab V	Selesai
6	Flavia Beatrix Leoni A. S.	Mengerjakan Bab IV	Selesai
7	Akmal Munggaran	Mengerjakan Bab IV	Selesai
8	Ammar Raihan	Mengerjakan Bab I	Selesai
9	Muhammad Fikri Ranjabi	Mengerjakan Bab II	Selesai
10	Nathanael Santoso	Mengerjakan Bab III	Selesai

LAMPIRAN

A. Notulensi Rapat Tanggal 26 Juli 2021 Pukul 22.30-23.59 WIB

Topik: Penentuan topik permasalahan yang diangkat dari dua topik yang diusul



Gambar 3. Dokumentasi pertemuan 1

1. Digitalisasi UMKM

UMKM merupakan salah satu pihak yang paling terdampak di masa pandemic ini

Datanya [Digitalisasi UMKM di Tengah Pandemi Covid-19 \(katadata.co.id\)](https://katadata.co.id)

UMKM Penting untuk ditingkatkan karena berpengaruh besar pada kehidupan.

Salah satu cara mengembangkan UMKM di masa pandemic ini adalah dengan melakukan digitalisasi. Dengan cara sebagai berikut:

1. Membuat e-commerce baru
2. Mengembangkan social media yang ada

Syarat: pemerintah harus memberikan stimulus terlebih dahulu kepada masyarakat, dan pelaku UMKM dibantu Ketika mereka telah mengerti dengan cara mungkin mendedukasi terlebih dahulu.

QnA:

1. Bagaimana caranya agar pelaku UMKM baru-baru ini bisa bersaing dengan orang-orang yang telah lama berada di dunia bisnis dan telah sukses?

Sifatnya local dan tidak secara nasional, misal terdapat tukang service, dll yang cakupannya lebih local dan sebagai mediator, hal yang diharapkan adalah bisa menjamin usaha yang mereka lakukan.

Program berupa edukasi dan sosialisasi, kegiatan digitalisasi ini diharapkan dapat menjangkau pelaku-pelaku UMKM dan persaingan dengan dunia bisnis yang jauh lebih sukses memang tidak dapat dihindarkan

2. Untuk apa mengedukasi seseorang jika pada akhirnya mereka akan kalah bersaing
3. Aplikasi mencakup pelaku UMKM yang jenisnya sama dan tidak bertujuan untuk bersaing dengan e-commerce yang jauh lebih tinggi levelnya
4. Tujuan utamanya dari digitalisasi UMKM ini apa?

Jangan pesimis dan tetap optimis dalam melakukan pengembangan usaha, kita hanya berfungsi sebagai penyedia jasa

Kerjasama tidak dilakukan dengan UMKM tapi dengan pemerintah, basisnya lebih ke pelayanan jasa. Sebagai contoh, aplikasi TaniHub yang dulunya booming akan tetapi sekarang banyak yang tidak mengetahui sehingga untuk prospek jangka panjang tidak dapat diterapkan. Bekerja sama dengan pemerintah tidak dapat menjamin kelangsungan perkembangan UMKM karna mungkin masih terdapat oknum-oknum.

Kesimpulan: Digitalisasi UMKM sektor jasa dan local di masa pandemic covid-19

2. Website Pencari Kerja

Website dimana orang bisa mencari pekerjaan secara pasif tidak harus aktif apalagi untuk orang-orang yang rendah pendidikannya, atau jurusan yang mungkin jarang mendapat pekerjaan.

Ketika perusahaan yang mencari tenaga kerja untuk bekerja tidak possible karena, beberapa hal: kemampuan pencari kerja tidak sesuai dengan job desc yang diharapkan, semua masalah berasal dari pencari tenaga kerja yang aspek utamanya adalah kemampuan utama.

1. Mungkin hal itu riskan akan tetapi belum ada yang pernah melakukan, sehingga kita melakukan inovasi yang baru
2. Permasalahan ini dapat diterapkan dengan menggunakan ilmu dari IF/STI
3. Misalnya hal ini diterapkan, apakah ada pengaruh besar kepada masyarakat Indonesia?

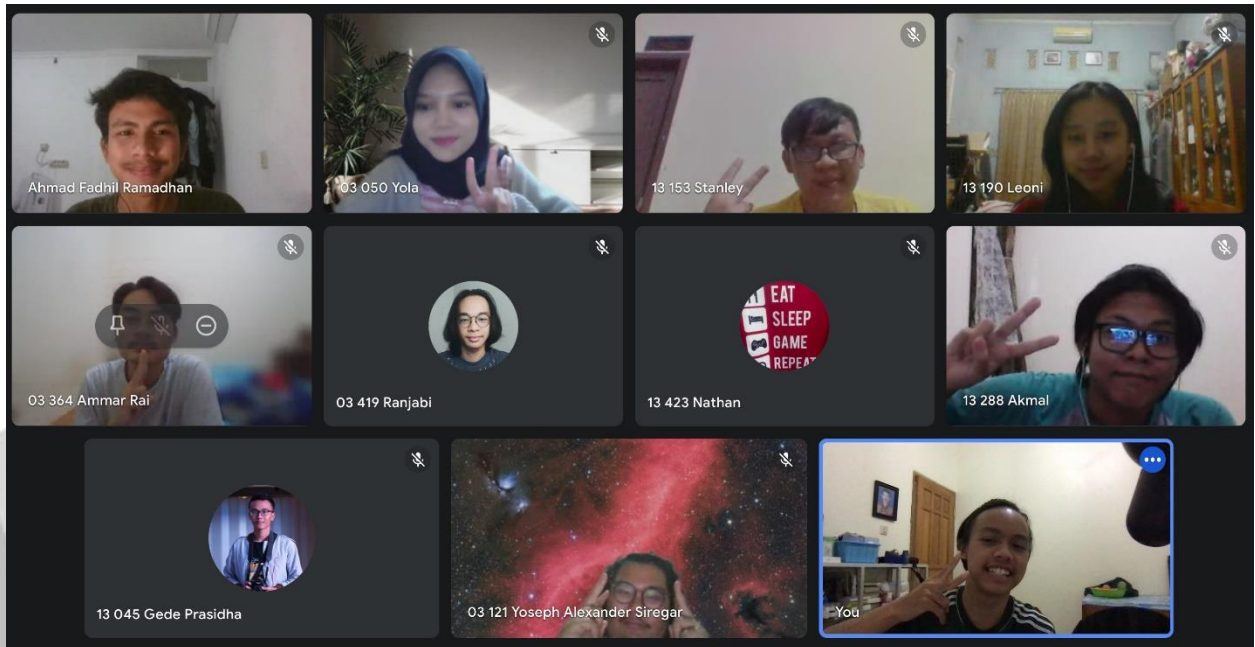
Secara umum:

Keduanya memiliki topik yang sama yaitu digitalisasi, tapi objeknya berbeda yang satu UMKM, yang selanjutnya para pencari kerja.

Kesimpulan akhir diskusi hari ini adalah topik yang diangkat adalah Digitalisasi UMKM sektor jasa dan local di masa pandemic covid-19.

B. Notulensi Rapat Tanggal 28 Juli 2021 Pukul 22.30-23.59 WIB

Topik: Asistensi 1 Milestone01



Gambar 4. Dokumentasi asistensi 1

Kita ketahui bahwa UMKM saat ini menjadi yang paling terdampak dan berpengaruh di covid-19 ini. Solusi yang ingin diajukan adalah menyediakan sebuah platform mirip seperti gojek namun dibuat lebih sederhana dan lebih *feasible*. Masukan dari asisten terkait *mock up* yang dibuat:

- Harus mengulik dari sisi *desain thinking* dan sebisa mungkin menggunakan *tools-tools* (*empathy map* dan lain sebagainya). Hal ini dapat diterapkan dalam penyusunan pada bab II.
- Lebih mendasar fokusnya untuk *mock up* khususnya pada pengerjaan bab III dan perlu diperhatikan produk hasilnya.

Pertanyaan Yoseph:

Empathize yang dimaksud lebih ke arah apa?

Empathize itu lebih ke kalau misalnya *empathy map* telah selesai dibuat maka kita bisa mengetahui apakah hasil atau produk yang kita harapkan sudah sesuai atau belum dengan keadaan dan kondisi dari objek produk.

Pertanyaan Gede:

Apakah manfaat atau benefit dari produk yang dihasilkan masuk ke dalam penilaian?

Sebenarnya untuk pengukuran benefit untuk orang itu bukan esensi dan tidak masuk ke penilaian (beda lagi pengukurannya), tetapi bagian *empathize*-nya masuk.

Pertanyaan akmal:

Untuk SWOT penjelasannya apakah dari produk saja?

SWOT analisis dari produk aja, akan tetapi boleh juga jika ingin ditinjau dari sisi mahasiswa.

Kesimpulan:

- Pengumpulan *milestone* dilakukan oleh ketua kelompok di *website* SPARTA
- media presentasi disiapkan karena akan dilakukan presentasi untuk waktu mendatang

DAFTAR PUSTAKA

financedetik.com. (2021, 14 Juli). Sederet Keluhan Tukang Servis HP Yang Sampai Nekat Turun Ke Jalan. Diakses pada 29 Juli 2021, dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5643682/sederet-keluhan-tukang-service-hp-yang-sampai-nekat-turun-ke-jalan>

katadata.co.id. Dampak Covid-19 Terhadap UMKM. Diakses pada 27 Juli 2021, dari <https://katadata.co.id/umkm>

katadata.co.id. Strategi UMKM Untuk Bertahan Dalam Pandemi Covid-19. Diakses pada 27 Juli 2021, dari <https://katadata.co.id/umkm>