

INOVASI BISNIS "ROMLAH SNACK" OLEH PEKERJA MIGRAN INDONESIA DI TAIWAN BERBASIS *DESIGN THINKING* DAN *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA MASA *COVID-19*

Hulam Mahmud¹, Beni Dwi Komara²

¹Kewirausahaan, hulammahmud17@gmail.com, Universitas Muhammadiyah Gresik

²Kewirausahaan, benikomara@umg.ac.id, Universitas Muhammadiyah Gresik

ABSTRACT

Many businessmen fail when creating a business, it is due to a discrepancy between the business created and the problem of customer needs. For this reason, a product innovation is needed using business methods. Understand the process of designing Romlah Snack business innovations by PMI Taiwan participants using the Design Thinking and Business Model Canvas methods during the Covid-19 pandemic. The research used a descriptive qualitative method, and a PAR (Participatory Action Research) approach which was carried out to PMI Taiwan participants in an Online Entrepreneurial Workshop held by Muhammadiyah Gresik University with CLC-BJI Taiwan. The result of this study is, the beginning of the innovation of the Typical Indonesian snack business using the Design Thinking method. After conducting customer research, the most dominant customer problem emerged, namely Indonesian snacks that were ordered online expired and destroyed. After searching and designing ideas through crazy 8 ideas and solution sketches, the Romlah Snack Online Store was found as the solution. Based on the results of Usability Testing indicates "Easy" and "Like"; Heuristic Testing result score of 85.4%; and the results of the Impact Testing index of 100%, it is certain that the Romlah Snack online store answers consumer needs. Then a prototype is made to be tested to the customer. The making of the Business Model invites several stakeholders such as snack producers, etc. and then testing is carried out. And of the 5 assumptions, as many as 3 assumptions are valid and 2 are invalid.

Keyword: *Innovation, Indonesian Migrant Workers, Design Thinking, Business Model Canvas, Covid-19 Pandemic.*

ABSTRAK

Banyak pelaku usaha yang gagal ketika menciptakan bisnis, dikarenakan adanya ketidaksesuaian antara bisnis yang diciptakan dengan permasalahan kebutuhan pelanggan. Maka dibutuhkan sebuah inovasi produk dengan memakai metode-metode bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses perancangan inovasi bisnis Romlah *Snack* oleh peserta PMI Taiwan menggunakan metode *Design Thinking* dan *Business Model Canvas* pada masa pandemi *Covid-19*. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif, dan pendekatan *PAR (Participatory Action Research)* yang dilakukan kepada peserta PMI Taiwan dalam *Workshop Online* Wirausaha yang diadakan oleh Universitas Muhammadiyah Gresik dengan *CLC-BJI* Taiwan. Hasil penelitian ini adalah, awal inovasi bisnis makanan ringan khas Indonesia menggunakan metode *Design Thinking*. Setelah dilakukan riset *customer* muncul masalah *customer* paling dominan yaitu *snack* khas Indonesia yang dipesan secara *online expired* dan hancur. Setelah mencari dan merancang ide melalui *crazy 8 idea* dan sketsa solusi, ditemukanlah Toko *Online* Romlah *Snack* sebagai solusinya. Lalu dibuatlah *prototype* untuk diuji ke *customer*. Berdasarkan hasil Usability Testing menandakan "Mudah" dan "Suka"; Skor hasil Heuristik Testing sebesar 85,4%; dan hasil indeks Impact Testing sebesar 100%, maka bisa dipastikan bahwa toko online Romlah *Snack* menjawab kebutuhan konsumen. Pembuatan *Business Model* mengajak beberapa *stakeholder* seperti produsen jajanan, dll lalu dilakukan pengujian. Dan dari 5 asumsi, sebanyak 3 asumsi *valid* dan 2 tidak *valid*.

Kata kunci: *Inovasi, Pekerja Migran Indonesia, Design Thinking, Business Model Canvas, Pandemi Covid-19.*

I. PENDAHULUAN

Dengan adanya pandemi Covid-19 membuat perubahan seluruh kegiatan masyarakat, salah satunya adalah proses belajar mengajar yang saat ini dilakukan secara daring. Proses belajar mengajar pun dilakukan secara daring dengan menggunakan aplikasi pembelajaran, aplikasi video conference bahkan aplikasi chatting. Pembelajaran ini bagi sebagian besar pengajar merupakan hal yang baru sehingga dibutuhkan strategi pembelajaran, metode, model, bahkan ketersediaan fasilitas yang menunjang dalam melakukan pembelajaran online atau daring tersebut. (Budi Laksono, dkk, 2021)

Sistem pembelajaran daring ini diterapkan dalam acara Workshop Online Peningkatan Kualitas Wirausaha PMI di Taiwan. Acara tersebut diselenggarakan oleh Universitas Muhammadiyah Gresik yang bekerjasama dengan CLC-Bhakti Jaya Indonesia dan juga didanai oleh Kedai Reka. Para PMI atau Pekerja Migran Indonesia di Taiwan menjadi target khusus acara itu dikarenakan memiliki beberapa alasan khusus. Seperti kebanyakan mereka masih memiliki pengetahuan dan pendidikan yang minim terutama dalam bidang wirausaha. Sehingga diharapkan ketika pulang ke tanah air bisa menghasilkan uang secara mandiri dan mampu menghadapi persaingan pasar. Pedagang kecil merupakan pelaku ekonomi yang tentunya banyak persaingan dari pedagang ritel modern dimana akan membuat terguncangnya ekonomi, maka dari itu para komponen bangsa, pemerintah, *stakeholder*, *investor*, dan masyarakat harus saling mendukung dan melindungi serta bekerja sama dalam mengatasi dan melawan krisis ekonomi *global* di tengah pandemi *Covid-19*. (Komara. 2019).

Pendekatan *design thinking* adalah sebuah penyelesaian masalah yang berfokus pada manusia sebagai penggunaannya. Pendekatan ini tidak hanya menghasilkan produk yang dapat dijual, namun juga menghasilkan teknologi tepat guna yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen atau penggunaannya (Ramadhan, 2016). *Design Thinking* memiliki 5 tahapan, antara lain: *Empathy*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan *Test* (Hwa, 2017). Kelima tahapan tersebut bisa dilakukan secara berurutan atau acak tergantung pola bisnis yang dijalankan.. Romlah *Snack* merupakan hasil rancangan bisnis toko *online* makanan ringan khas Indonesia setelah mengikuti acara *workshop online* wirausaha. Bisnis Romlah *Snack* ini menggunakan Instagram sebagai wadah utama untuk melakukan kegiatan bisnisnya. Dalam kegiatannya, bisnis ini selalu mengutamakan kualitas produk dan *packaging* yang mana hal itu menjadi suatu keluhan yang biasa dialami oleh *customer*. Dan hal itu juga sudah divalidasi oleh peserta ketika melakukan proses *design thinking*.

Dengan berbagai tingkat persaingan bisnis yang ketat, maka pengusaha perlu membuat suatu strategi bisnis dengan menciptakan pola model bisnis dan analisa bisnis yang jitu. Hal tersebut bisa dilakukan pengusaha menggunakan metode *Business Model Canvas (BMC)*. Bisnis model menjelaskan mengenai dasar pemikiran bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya (Osterwalder & Pigneur, 2010). Osterwalder & Pigneur membuat sebuah pendekatan model kanvas yaitu "*Nine Building Blocks*" yang memudahkan bagi para pebisnis untuk membangun dan mengembangkan bisnis mereka. *Nine Building Blocks* terdiri dari: *Value Propositions*, *Customer Segments*, *Customer Relationship*, *Channels*, *Key Resources*, *Key Activity*, *Key Partnership*, *Cost Structure*, dan *Revenue Stream*.

Berdasarkan penelitian terdahulu (Tommy Aland Saputra, 2016) dengan metode Kualitatif Deskriptif, Metode Eksploratif. Hasil penelitian ini adalah implementasi *Design Thinking* dapat membantu inovasi Model Bisnis dalam memberikan tambahan nilai pada elemen *value propositions*, *customer relationship*, dan juga *key activity* pada bisnis perusahaan percetakan. Adapun penelitian terdahulu (Komara *et al*, 2020) dengan metode Kualitatif dengan Paradigma Interpretatif. Hasil penelitian ini adalah UMKM dan pedagang kecil mendapatkan dampak buruk dan ketidakpastian akibat *Covid-19* yang nantinya bisa menjadi krisis global. Perlu dilakukan dukungan dari beberapa pihak terkait untuk terus berkarya dan berinovasi demi mengatasi masalah tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk memahami proses pembuatan inovasi bisnis Romlah *Snack* yang dirancang oleh PMI di Taiwan menggunakan metode *Design Thinking* dan *Business Model Canvas* pada masa *Covid-19*. Dan dengan pendekatan penelitian *PAR*, peneliti ikut terlibat langsung di dalam acara tersebut.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Inovasi

Menurut Vontana (2009:20) inovasi diartikan sebagai kesuksesan ekonomi & sosial berkat diperkenalkannya cara baru ataupun kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen dan / atau pengguna, komunitas, sosietas dan lingkungan.

Dari teori di atas, maka inovasi dapat diartikan sebagai salah satu proses dalam kegiatan bisnis yang bertujuan untuk menambahkan atau mengembangkan sesuatu yang baru, baik itu dari segi pengembangan ide, produk, layanan, manajemen, dan segi lainnya sehingga outputnya bisa membuat bisnis tetap bertahan atau *sustainable*.

2.2 Pekerja Migran Indonesia

Dalam UU No. 18/2017 ditegaskan bahwa Pekerja Migran Indonesia adalah setiap warga negara Indonesia yang akan, sedang, atau telah melakukan pekerjaan dengan menerima upah di luar wilayah Republik Indonesia.

2.3 Design Thinking

Menurut (Kelley & Brown, 2018) design thinking adalah pendekatan yang berpusat pada manusia terhadap inovasi yang diambil dari perangkat perancang untuk mengintegrasikan kebutuhan orang-orang, kemungkinan teknologi, dan persyaratan untuk kesuksesan bisnis. Menurut Kelley & Brown, (2018), menjelaskan bahwa terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan demi menghasilkan produk yang dibutuhkan customer :

2.3.1. Emphatize

Dalam tahapan ini, perencana perlu menentukan calon konsumen yang dituju dan dalam hal apa yang perlu dibantu. Serta dilakukan riset lapangan konsumen baik melalui observasi dan wawancara.

2.3.2. Define

Setelah mengumpulkan data, perencana harus mendefinisikan masalah dan kebutuhan customer. Kemudian nantinya akan ditarik kesimpulan dan perencana perlu membuat suatu solusi akan kebutuhan konsumen.

2.3.3. Ideate

Dalam tahapan ini, terdapat proses penggabungan kreativitas desain solusi, ide, dan gagasan yang dibuat bersama tim perencana. Hal itu dilakukan atas dasar kebutuhan konsumen.

2.3.4. Prototype

Setelah perencanaan ide sebagai solusi atas kebutuhan *customer*, maka perencana perlu mewujudkan ide tersebut secara nyata dalam bentuk produk uji coba.

2.3.5. Test

Dari produk uji coba yang telah dibuat, maka perencana perlu melakukan sebuah percobaan kepada konsumen.

2.4 Business Model Canvas

Menurut (Osterwalder, 2012) BMC merupakan salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Osterwalder dan Pigneur (2010), mengungkapkan bahwa terdapat 9 blok atau bagian dalam penyusunan

rencana model bisnis, terdiri dari: *Value Proportitions, Customer Segments, Customer Relationship, Channels, Key Resources, Key Activity, Key Partnership, Cost Structure, dan Revenue Stream.*

2.5 Pandemi Covid-19

Covid-19 tidak hanya merupakan guncangan bagi dunia kesehatan (health shock) namun juga guncangan bagi perekonomian (*economic shock*) (Baldwin & Mauro, 2020). Pandemi ini membawa dampak yang sangat besar dalam sektor perekonomian, terutama dari segi *supply and demand*. *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)* dalam laporan terbarunya, menyebutkan, sampai saat ini berbagai negara telah berupaya menangani penyebaran *Covid-19*.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metodologi *Participatory Action Research (PAR)*. Menurut Hall, penelitian menggunakan PAR dimana melibatkan partisipatif yang sangat bergantung pada kolaborasi antara peneliti dan peserta (Hall *et al.*, 2021). Disini peneliti selaku *facilitator*, terlibat dan berinteraksi langsung dengan peserta dalam acara tersebut.

Jenis dan pendekatan penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, suatu penelitian yang tujuannya memahami fenomena yang berkaitan dengan subjek penelitian. Dalam hal ini adalah 1 Pemateri, 2 Fasilitator dan 5 peserta Pekerja Migran Indonesia perintis bisnis Romlah *Snack* yang diadakan dalam acara *Workshop Online Wirausaha*. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi secara daring baik pada saat acara maupun diluar acara. Kemudian dilakukan analisis data menggunakan teknik Miles & Huberman (1992: 16) analisis data melalui 3 prosedur berurutan yaitu: Reduksi data, Penyajian data, dan Penarikan kesimpulan (*verification*).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Proses Inovasi Bisnis Menggunakan Metode *Design Thinking*

4.1.1 *Empathy*

Tahap *empathy* ini membantu peserta menemukan *customer* yang potensial dan memahami permasalahan yang dialami mereka. Dari salah satu kutipan peserta, mereka menentukan target konsumennya adalah pekerja migran Indonesia di Taiwan. Karena jumlahnya banyak sekitar 200.000 PMI dan peserta sudah mengenal mereka sehingga memudahkan mereka melakukan riset kebutuhan konsumen. Peserta ingin membantu dalam hal pemenuhan kebutuhan makanan ringan khas Indonesia.

Selanjutnya dilakukan observasi perilaku konsumen oleh peserta. Terdapat 4 poin observasi yaitu *Activities, Interaction, Environment* dan *Object*. Di poin *Activities*, terdapat konsumen yang membeli secara *online*, titip teman PMI lain, dll. Di poin *Interaction*, ketika konsumen mencari *snack* Indo mereka berinteraksi dengan teman PMI, dll. Di poin *Environment*, jarak toko Indo terlalu jauh, waktunya terbatas, dll. Di poin *Object*, customer biasanya memakai Shopee Taiwan, *Facebook, Food Panda, Uber Eat*. Kemudian dilakukan wawancara langsung kepada konsumennya mengumpulkan beberapa informasi permasalahan, apa saja yang dilakukan, solusi atas masalah itu.

4.1.2 *Define*

Setelah dilakukan pengumpulan informasi, peserta akan membongkar dan mensintesis temuannya tersebut untuk lebih mendalami perilaku dari sudut pandang konsumen, permasalahan yang dialami, dan solusi yang dilakukan atas masalah itu. Tahap ini memakai

canvas memahami konsumen yang terdiri dari 3 poin yaitu, yang perlu konsumen lakukan (*need to do*), masalah (*pain*), harapan (*gain*). Pada poin *need to do* ketika customer ingin mendapatkan produknya, kebanyakan mereka akan berbelanja secara *online*. Di poin *pain*, permasalahan yang paling dominan adalah barang yang dikirim tidak sesuai, baik *expired* atupun hancur. Dan di poin *gain*, harapan konsumen yang paling dominan adalah kualitas barang yang terjamin. Dari poin-poin dominan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa permasalahan konsumen yang paling dominan adalah makanan ringan khas Indonesia yang dipesan secara *online expired* dan hancur.

4.1.3 Ideate

Di tahap ini, peserta perintis bisnis akan mencari solusi atas permasalahan konsumen yang telah disimpulkan sebelumnya, yaitu terkait makanan ringan khas Indonesia yang dipesan secara *online expired* dan hancur. Sehingga muncullah peluang oleh peserta "bagaimana kita bisa memastikan snack Indonesia yang dipesan secara *online* tidak kadaluarsa dan tidak hancur ketika diterima". Pencarian solusi dilakukan peserta baik melalui *googling* atau sumber lainnya. Kemudian peserta akan menggambarkan *crazy 8 idea* (8 ide gila) bagi masing-masing individu yang akan menjadi solusi atas permasalahan *customer* sebelumnya. Kemudian peserta harus memilih 1 ide solusi jitu, dan muncullah toko online makanan ringan khas Indonesia yang fokusnya adalah menjamin kualitas *snack* tidak kadaluarsa demi menjaga *trust* pelanggan dan tidak mudah hancur dengan menggunakan metode *packaging* yang aman kekinian dan dinamai Romlah *Snack* dengan basisnya melalui *Instagram* dan *Facebook* sebagai jawaban atas masalah konsumen.

4.1.4 Prototype

Dalam pembuatannya, *prototype* Romlah *Snack* memakai *Instagram* sebagai alat uji coba kepada *customer*. Di dalam *prototype Instagram*, memperkenalkan apa itu Romlah *Snack*, apa kelebihan Romlah *Snack* dibandingkan toko *online* lainnya, bagaimana sistem pengemasannya, sistem ordernya bagaimana, tambahan foto produk yang menggiurkan, dan konten-konten menarik lainnya.

4.1.5 Test

Setelah pembuatan *prototype*, maka dilakukan test atau pengujian produk kepada customer. Para peserta akan meminta berbagai pendapat *customer* baik itu kritikan, pujian, dan masukan. Dalam hal ini pengujian dilakukan kepada 5 konsumen, hasilnya Romlah *Snack* cukup berhasil menyelesaikan masalah *customer* dan hampir semua *customer* suka. Akan tetapi terdapat beberapa perbaikan atas saran *customer* seperti, mencantumkan list harga, spesifikasi produk, pemberian jaminan produk, dan diadakan diskon promo. Dari hasil test tersebut dapat disimpulkan bahwa toko *online* Romlah *Snack* bisa menjadi solusi menyelesaikan permasalahan customer PMI Taiwan dalam hal pemenuhan makanan ringan khas Indonesia.

a. Usability Testing

Pengujian dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengguna dapat dengan mudah dan nyaman dalam menggunakan aplikasi. Terdapat indikator capaian dalam melakukan *usability testing* ini. Hasil dari pengujian ini didapatkan berdasarkan waktu dan kepuasan pengguna, waktu yang ditentukan berdasarkan 2 *key metrics* yang didapat dari nilai tercepat pada setiap task dan nilai terlama pada setiap *task*. Pengujian ini dilakukan oleh 5 partisipan *customer* yang sudah terlibat dari awal proses *Empathy*. Lalu partisipan diberi waktu untuk mencoba kinerja toko *online* dan memberikan *feedback* kepada perintis. Selanjutnya dilakukan pengukuran dengan skenario, dimana

peneliti menggunakan 2 indikator dalam tahapan *usability testing* yaitu indikator waktu dan indikator kepuasan pengguna sesuai pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 1. Tabel indikator waktu

Indikator Waktu	Kategori
1-10 detik	Mudah
>10 detik	Sulit

Tabel 2. Tabel indikator kepuasan pengguna

Indikator Kepuasan Pengguna	Kategori
1-3 detik	Tidak suka
4-6 detik	Suka

Pengujian *usability testing* yang dilakukan oleh 5 partisipan *customer* menghasilkan indikator waktu dengan hasil 100% partisipan menandakan Mudah, dan indikator kepuasan menandakan Suka.

b. Heuristic Testing

Pengujian heuristik adalah teknik pengujian yang dilakukan berdasarkan 10 prinsip yang kemukakan oleh Nielsen. Pengujian dilakukan menggunakan skala likert 1-5 dengan skor maksimal sesuai masing masing prinsip adalah 10. Setelah dilakukan perhitungan atas pengujian 5 partisipan, menghasilkan persentase skor: 88%, 84%, 85%, 84%, 86%, maka skor akhirnya adalah 85,4% (Sangat Baik).

c. Impact Testing

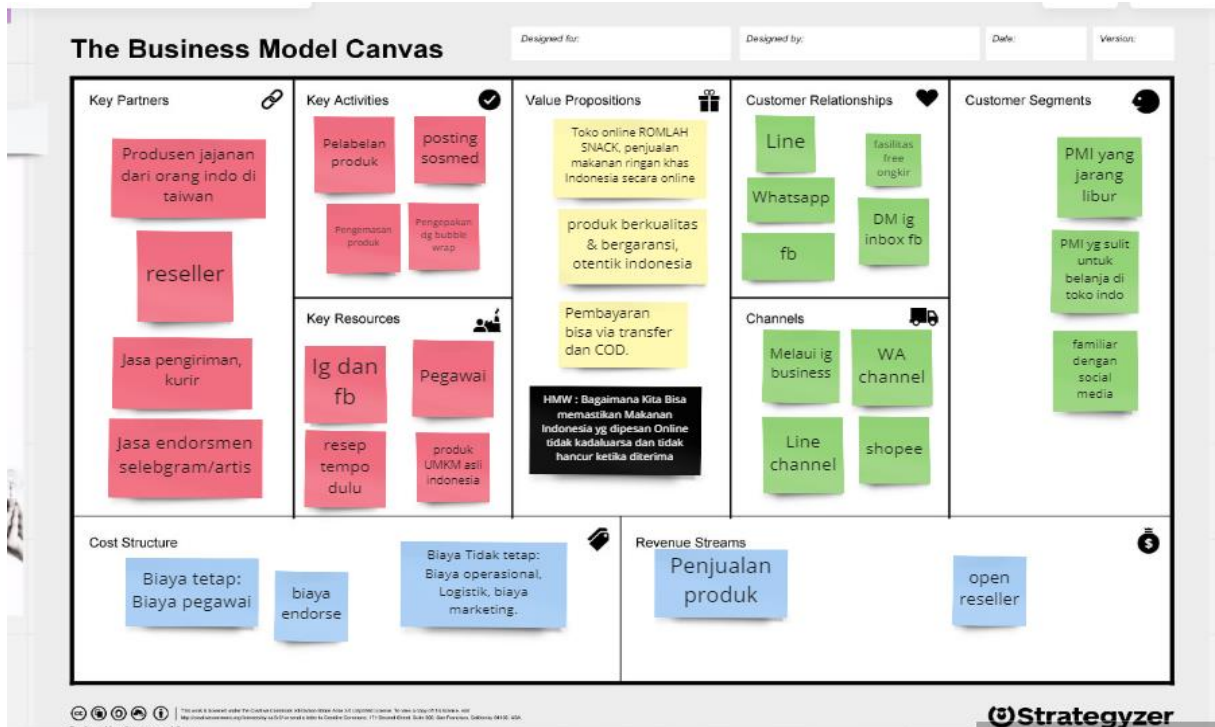
Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya dampak ketika toko *online* Romlah *Snack* dipakai sehari-hari oleh pengguna. Pengujian dilaksanakan oleh 5 orang. Proses penilaian kuesioner dilakukan dengan penambahan nilai dari Setuju dan Sangat Setuju yang dibagi dengan jumlah Responden. Indeks hasil akhir dari pengujian ini adalah 100%, sesuai dengan tanggapan responden, 3 orang menyatakan Sangat Setuju, dan 2 orang menyatakan Setuju.

4.2 Proses Perancangan dan Validasi Bisnis Model Romlah *Snack*

Identifikasi Business Model Canvas awal pada bisnis Romlah *Snack* oleh PMI di Taiwan:

1. Segmen pelanggan : PMI di Taiwan yang jarang libur, yang sulit berbelanja di toko Indo, dan familiar dengan sosial media.
2. Solusi Produk : Toko *online* makanan ringan Romlah *Snack* yang memiliki produk berkualitas, bergaransi, dan rasanya otentik Indonesia, serta pembayaran bisa *via transfer* dan *COD*.
3. Jalur distribusi : Romlah *Snack* menggunakan Instagram Business, Whatsapp, Line, dan Shopee.
4. Jalur komunikasi : melalui Facebook, Dm Instagram, Whatsapp, Line.
5. Elemen pendapatan : keuntungan didapat dari penjualan produk dan open reseller.
6. Partner : dalam hal ini, Romlah *Snack* menggandeng beberapa partner yaitu produsen jajanan dari orang Indonesia yang tinggal di Taiwan, pihak *reseller*, jasa pengiriman, dan *endorse selebgram*.
7. Aset : Romlah *Snack* memiliki aset *Instagram* dan *Facebook*, pegawai, resep tempo dulu, dan produk asli UMKM Indonesia.

- Aktivitas : Beberapa aktivitas yang akan dijalankan dalam bisnis ini adalah pelabelan produk, memposting konten promosi di media sosial, pengemasan produk.
- Struktur biaya : biaya yang akan dikeluarkan dalam bisnis Romlah *Snack* ini adalah biaya pegawai, biaya *endorse*, biaya operasional, logistik, dan *marketing*.



Gambar 1. *Business Model Canvas* Toko Online Romlah *Snack*

Setelah membuat bisnis model awal, maka perintis diharuskan untuk melakukan validasi bisnis model. Hal itu bertujuan untuk menguji kelayakan apakah bisnis model tersebut sudah valid atau belum. Kanvas validasi dalam *workshop* ini dibagi menjadi dua hal yaitu rencana percobaan dan pasca percobaan. Rencana percobaan meliputi:

- Asumsi, merupakan sebuah anggapan atau ide yang dimasukkan ke business model canvas tetapi masih belum terbukti kevalidannya.
- Percobaan, merupakan cara yang dilakukan perintis dalam memvalidasi asumsinya.
- Target responden, merupakan pihak-pihak yang terkait dengan asumsi beserta dengan jumlahnya.
- Kriteria *valid*, merupakan sebuah persyaratan yang harus dipenuhi asumsi agar menjadi *valid* sesuai banyaknya target responden yang ditentukan.
- Sumber daya, merupakan *source* yang digunakan dalam melakukan percobaan.
- Waktu, merupakan lamanya pelaksanaan percobaan yang ditargetkan.

Pasca percobaan, terdiri dari :

- Hasil, merupakan luaran setelah dilakukan percobaan.
- Valid* / Tidak *Valid*, kesimpulan berdasarkan kriteria valid.
- Pembelajaran, merupakan *insight* yang didapat ketika selesai melakukan percobaan.

Ada 5 hal asumsi yang perlu divalidasi perintis bisnis Romlah *Snack*, yaitu:

- Produsen jajanan dari orang Indonesia di Taiwan.
- Jasa *endorsemen selebgram*/artis.
- Jasa kurir teman.
- Reseller*

5. Penggunaan *Instagram business*.

RENCANA PERCOBAAN						PASCA PERCOBAAN		
ASUMSI	PERCOBAAN	TARGET RESPONDEN	KRITERIA VALID	SUMBER DAYA	WAKTU	HASIL	VALID/TIDAK VALID	PEMBELAJARAN
<small>Singkatan Pelanggan, Bisa Dibangun & Dipertahankan</small>	<small>Label Memuat/Label Asuransi, Iklan, dan...</small>	<small>Orang dan Target Responden yang Berpotensi</small>	<small>Asumsi Valid, Tidak...</small>	<small>Sumber Daya yang Dibutuhkan untuk Pelaksanaan percobaan</small>	<small>Jangka waktu pelaksanaan Percobaan yang Dibutuhkan</small>	<small>hasil Percobaan</small>	<small>Kategori Valid atau Tidak Valid Berdasar Kriteria valid</small>	<small>Pembelajaran apa yang yg didapat dari hasil percobaan</small>
Produsen jajanan dari orang indo di Taiwan	Inbok fb Dan tip	3 Produsen	2 dari 3 produsen bersedia bersedia menerima produk	biaya transportasi (meeting langsung dan tipon langsung	1 minggu dimulai hari senin	3 bersedia	Valid	Bersedia menjadi supplier dengan harga murah
Jasa endorsemen selebgram/artis	Dm ig Dan tip	4 selegram	2 dari 4 selebgram bersedia gabung	Biaya kuota dan pulsa	1 minggu dimulai hari senin	1 bersedia	Tidak valid	Tarif mahal
Jasa kurir teman	Wa Dan line	3 teman	1 dari 3 bersedia bersedia	biaya kuota dan pulsa	1 minggu dimulai hari senin	1 bersedia	valid	Bersedia menjadi jasa kurir
reseller	Inbok fb	5 reseller	3 dari 5 reseller tersedia	biaya transportasi (meeting langsung) tipon langsung	1 minggu dimulai hari senin	2 tersedia	Tidak valid	tidak ada waktu (sibuk)
Melalui ig business	Dm ig	9 customer	4 dari 9 customer bersedia	Kuota	1 minggu dimulai hari senin	9 tersedia	Valid	perbaikan kualitas barang dan packing produk

Gambar 2. Kanvas Validasi *Business Model Canvas* Romlah *Snack*

Dalam gambar Kanvas tersebut, perintis bisnis Romlah *Snack* mendapatkan beberapa hasil *valid* dan tidak *valid*. Adapun 3 asumsi yang *valid* adalah produsen jajanan dari orang Indonesia di Taiwan, jasa kurir teman, penggunaan *Instagram business*. Serta 2 asumsi tidak *valid* meliputi jasa *endorsemen selebgram/artis*, dan *Reseller*.

V. KESIMPULAN

Proses inovasi bisnis Romlah *Snack* oleh Pekerja Migran Indonesia diawali proses *design thinking*, dimana terdapat penentuan calon *customer* yaitu PMI Taiwan dan ingin membantu dalam pemenuhan *snack* khas Indonesia di Taiwan. Tahap *empathy*, peserta melakukan pengumpulan informasi terkait permasalahan yang dialami konsumen. Kemudian dilakukan analisa pada tahap *define*, sampai pada permasalahan paling dominan yaitu makanan ringan khas Indonesia yang dipesan secara *online expired* dan hancur. Perintis mencari solusi atas permasalahan tersebut dengan penggambaran *crazy 8 idea* sampai menentukan sketsa solusi jitu yaitu berupa toko *online* yang diberi nama Romlah *Snack*. Pembuatan *prototype* dilakukan melalui *Instagram* untuk kemudian dilakukan *testing*, dan terdapat beberapa perbaikan atas dasar permintaan *customer*. Berdasarkan hasil pengujian *Usability Testing* yaitu indikator waktu menandakan "Mudah" dan indikator kepuasan mendakan "Suka"; Skor hasil pengujian *Heuristik Testing* sebesar 85,4%; dan hasil indeks *Impact Testing* sebesar 100%, maka bisa dipastikan bahwa toko *online* Romlah *Snack* menjawab kebutuhan konsumen. Pembuatan bisnis model awal terdapat beberapa poin yang perlu diubah setelah dilakukan validasi bisnis model. Hasil dari validasi bisnis model terdiri dari 3 asumsi *valid* dan 2 asumsi tidak *valid*.

VI. SARAN

Hasil penelitian ini direkomendasikan kepada pihak penyelenggara acara *Workshop Online Wirausaha* agar terus mengadakan kegiatan tersebut. Dikarenakan *value* yang diberikan kepada peserta sangat besar disamping menambah wawasan dan pengetahuan terkait dunia bisnis, peserta mendapatkan kesempatan untuk menghasilkan uang secara mandiri dan membuka lapangan pekerjaan. Hal itu juga dikarenakan oleh *feedback* positif para peserta.

Untuk perintis bisnis Romlah Snack masih perlu melakukan inovasi kembali dengan metode *design thinking* dan bisnis model, supaya bisa mengikuti *trend* pasar dan kebutuhan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Budilaksono, S., Thantawi, A. M., Situmeang, I. V. O., Kencana, W. H., & Sentosa, E. (2021). *Workshop Teknologi Pembelajaran Daring dan Komunikasi Publik yang Efektif di Era Pandemi*. IKRA-ITH ABDIMAS, 4(1), 156-161.
- Fontana, Avanti. 2009. *Innovate We Can!* Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Hall, C. M., & Seyfi, S. (2020). COVID-19 pandemic, tourism and degrowth. In *Degrowth and Tourism* (pp. 220-238). Routledge.
- Hwa, L. e. (2017). Retrieved from Hwa, L. C. et al. (no date) Design Thinking The Guide Book. Available at: <http://www.rcsc.gov.bt/wpcontent/uploads/2017/07/dt-guide-book-master-copy.pdf>. %0A%0A (Accessed: 5 December 2016)
- Kelley, D., & Brown, T. (2018). An introduction to Design Thinking. Institute of Design at Stanford. doi: <https://doi.org/10.1027/2151-2604/a000142>
- Komara, Setiawan, Dan Kurniawan. (2020). Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan Di Tengah Pandemi COVID-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 17(3).
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers* (Vol. 1). John Wiley & Sons.
- Ramdhan, H. E. (2016). *Startuppreneur: Menjadi Entrepreneur Startup*. Jakarta: Penebar Plus (Penebar Swadaya Grup).
- Saputra, T. A. (2016). Implementasi Design Thinking dalam Membangun Inovasi Model Bisnis Perusahaan Percetakan. *Agora*, 4(1), 833-844.