



Empathy Map

(Memahami Keinginan & Kebutuhan Pelanggan)

Niken Paramitasari, S.E., M.M.

Teknik dalam fase Riset:

1. Persona

Adalah karakter yang mewakili kelompok pengguna target kita. Persona yang baik memberikan deskripsi yang realistis, detail, termasuk perilaku, pola, motivasi, sasaran, keterampilan, sikap, tantangan dan lingan dengan beberapa detail.

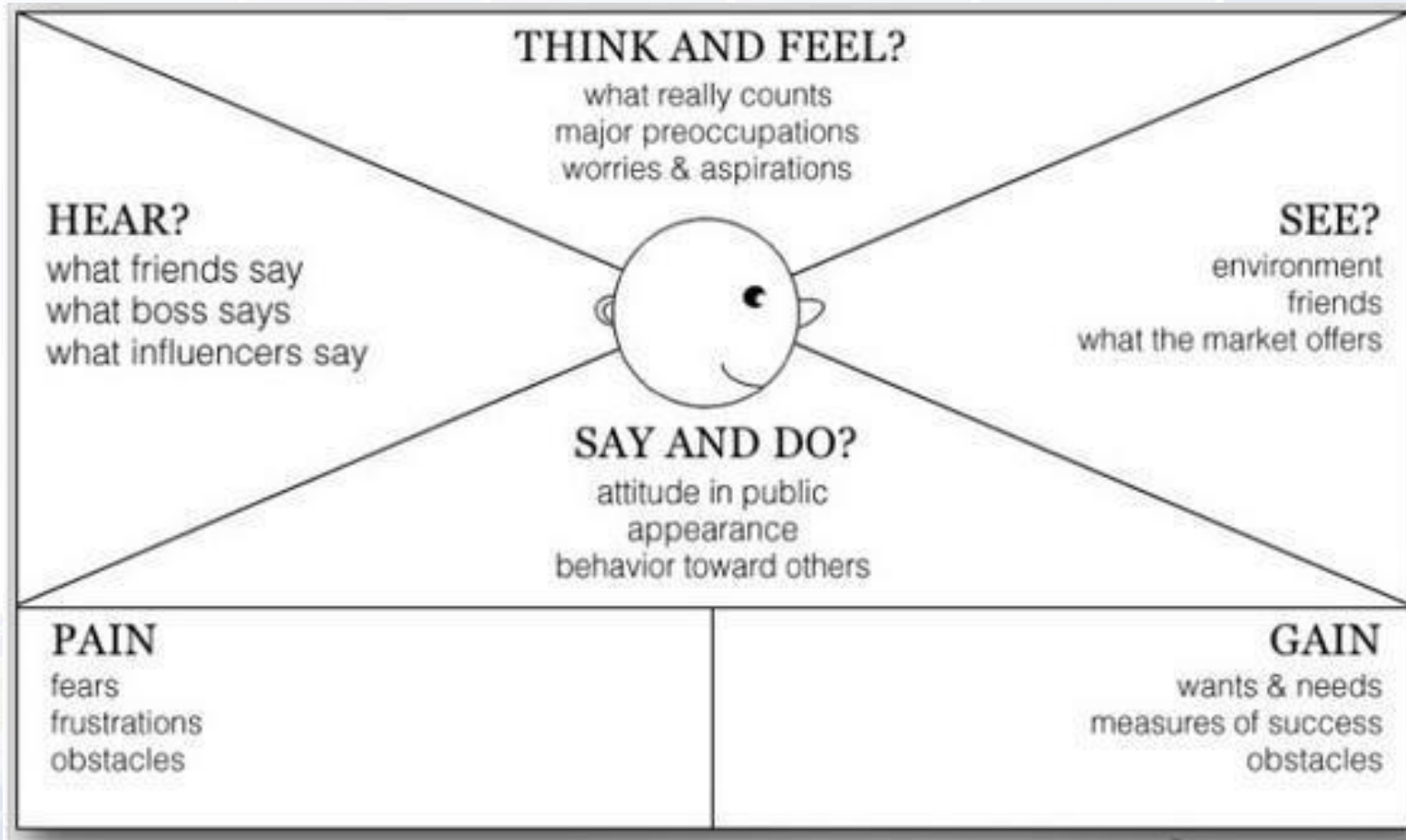
1. Wawancara

Wawancara dilakukan saat kita ingin memahami keyakinan, nilai, tantangan, kekhawatiran, kesulitan, motivasi dan perilaku dan menemukan wawan user, kebutuhan tersembunyi, dan kebutuhan pengguna yang tidak terpenuhi dengan mendengarkan cerita dan pengalaman mereka.

Wawancara mendalam pengguna yang tepat juga penting untuk mengelompokan tema, pengembangan wawasan, temuan kebutuhan, dan pengembangan persona. Butuh temuan dan pengembangan persona tergantung dari kualitas wawancara yang kita lakukan.

- Peta Empati (*Empathy Map*) dibuat untuk menghasilkan model bisnis yang lebih kuat karena profil pelanggan memandu perancangan proposisi nilai yang lebih baik, cara pendekatan kepada pelanggan yang lebih nyaman, dan cara berhubungan dengan pelanggan yang sesuai. Dimana pada akhirnya akan memberikan pengertian yang lebih mendalam tentang bagaimana pelanggan mendapatkan kepuasan terhadap nilai produk/jasa jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan (Osterwalder & Pigneur. 2013:131).
- Dengan alat ini kita bisa menemukan model bisnis yang lebih kuat karena profil pelanggan memandu perancangan proposisi nilai yang lebih baik, cara yang lebih nyaman dalam menjangkau pelanggan, dan hubungan pelanggan yang lebih baik (Osterwalder dan Pigneur, 2013:131).
- Peta empati merupakan alat bantu visual yang dikembangkan oleh perusahaan bernama XPLANE. Alat bantu visual satu halaman ini terdiri dari enam kotak yang terdiri dari berbagai pertanyaan yang memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami dengan lebih baik apa yang benar-benar diinginkan oleh pelanggan.

Empathy Map



Gambar . *Empathy Map* (Osterwalder&Pigneur 2013)

<p>Apa yang dilihatnya ? (See ?) Jelaskan apa yang dilihat pelanggan dalam lingkungannya</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seperti apa tampaknya ? - Siapa yang mengelilinginya ? - Siapa teman-temannya ? - Apa masalah yang ditemui ?
<p>Apa yang didengarnya ? (Hear ?) Menjelaskan bagaimana lingkungan memengaruhi pelanggan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Apa yang dikatakan teman-temannya? - Siapa yang benar-benar memengaruhinya, dan bagaimana ? - Saluran media mana yang berpengaruh ?
<p>Apa yang benar-benar dipikirkan dan dirasakannya? (Think & Feel ?) Mencoba menguraikan apa yang ada dibenak pelanggan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Apa yang dirasakannya ? - Apa yang benar-benar penting untuknya (yang tidak dikatakannya secara terbuka) ? - Cobalah gambarkan mimpi-mimpi dan aspirasinya
<p>Apa yang dikatakan dan dilakukannya? (Say and Do ?) Membayangkan apa yang mungkin dikatakan pelanggan, atau bagaimana perilakunya di depan umum</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Apa yang dikatakannya ? - Apa sikapnya ? - Apa yang akan dilakukannya ? - Berikan perhatian yang memadai untuk potensi konflik antara apa yang mungkin dikatakan pelanggan dan apa yang mungkin benar-benar dipikirkan atau dikatakannya.
<p>Sakit hati apakah yang dirasakan pelanggan ? (Pain)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Apa yang dikorbankannya ? - Kekecewaan apa yang dirasakannya ? - Risiko apa yang ditakutinya ?
<p>Apa saja perolehan pelanggan ? (Gain)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Apa yang benar-benar ingin dicapainya ? - Apa yang benar-benar ingin didupakannya ? - Bagaimana ia mengukur kesuksesan ? - Pikirkan beberapa strategi yang dapat digunakannya untuk mencapai tujuan

PERUMUSAN IDE USAHA “RUMAH WARNA “ MENGUNAKAN PETA EMPATI

No	Pertanyaan Peta Empati	Indikator		
		Calon Konsumen	Pelaku Usaha	Ahli Otomotif
1	Apa yang dilihatnya ? (see)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Ketersediaan jasa pengecatan yang berkualitas relatif sedikit ➢ Terus meningkatnya kebutuhan akan jasa pengecatan ➢ Belum ada yang menerapkan layanan <i>one day service</i> ➢ Belum terdapat nya penggunaan mesin dental ➢ Layanan yang ada masih kurang memuaskan dan dibutuhkan teknologi yang lebih memadai 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Keluhan masih sering didapatkan sebagian besar pelaku usaha ➢ Pelaku bisnis mulai banyak bermunculan ➢ Kebutuhan jasa pengecatan mobil terus meningkat ➢ Layanan <i>one day service</i> belum diterapkan ➢ Belum digunakannya mesin dental 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Peluang jasa pengecatan cukup menjanjikan ➢ Pelanggan membutuhkan layanan yang lebih memuaskan ➢ Harus ada inovasi layanan dari yang sudah ada ➢ Layanan <i>one day service</i> hanya dimiliki AUTO 2000 ➢ Belum ada yang mengetahui mesin dental
2	Apa yang didengarnya ? (hear)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Tempat pengecatan yang memiliki nama baik lebih diminati ➢ Tempat pengecatan yang bekerjasama dengan asuransi akan lebih dipercaya ➢ Pelanggan lebih mementingkan kualitas dibanding harga ➢ Pernah mendengar mesin dental. Mesin dental digunakan untuk perbaikan bodi yang rusak 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Pelanggan lebih mementingkan kualitas yang dihasilkan ➢ Pelanggan membutuhkan kesesuaian antara harga dan kualitas yang dihasilkan ➢ Mengetahui mesin dental, tetapi tidak menggunakan teknologi tersebut 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Perkembangan teknologi penunjang jasa sangat dibutuhkan ➢ Pelanggan cenderung mempertimbangkan kualitas dibanding harga ➢ Mesin dental membantu proses perbaikan bodi menjadi lebih cepat dan rapih

No	Pertanyaan Peta Empati	Indikator		
		Calon Konsumen	Pelaku Usaha	Ahli Otomotif
3	Apa yang dipikirkan dan dirasakannya ? (<i>think and feel</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Hasil pengecatan masih kurang bagus ➢ Layanan yang diberikan kurang memuaskan ➢ Penerapan harga yang diberikan tidak sesuai dengan kualitas yang dihasilkan ➢ Waktu pengerjaan terlalu lama dan hasilnya kurang memuaskan ➢ Pengecatan oven menerapkan harga yang mahal 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Waktu pengerjaan suatu bengkel cat yang terbilang lama ➢ Teknologi yang dimiliki sekarang masih terbilang kurang memadai ➢ Pelanggan membutuhkan suatu layanan yang lebih baik dari yang ada saat ini ➢ Dibutuhkan inovasi layanan yang dapat memuaskan konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Inovasi dibutuhkan oleh tempat pengecatan saat ini ➢ Dibutuhkan teknologi yang lebih memadai ➢ Kualitas yang dihasilkan terkadang kurang memuaskan pelanggan ➢ Penetapan harga terkadang tidak sesuai dengan kualitas
4	Apa yang dikatakan dan dilakukannya? (<i>say and do</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Penggunaan teknologi mesin dental akan lebih diminati pelanggan ➢ Lebih memilih tempat pengecatan yang memiliki <i>oven-painting</i> karena hasil lebih bagus ➢ <i>One day service</i> membutuhkan waktu pengerjaan lebih cepat ➢ Belum ada yang menerapkan layanan <i>one day service</i>. Jika ada, layanan tersebut akan digunakan pelanggan ➢ Bersedia membayar jika mendapat hasil yang memuaskan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Kualitas hasil menjadi faktor penentu kepercayaan pelanggan ➢ Belum ada yang menggunakan mesin dental ➢ Pelanggan membutuhkan layanan yang cepat ➢ Pelanggan bersedia membayar jika mendapat kepuasan ➢ Sistem pengecatan oven lebih dipilih pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Saat ini hanya bengkel resmi yang memiliki layanan <i>one day service</i> ➢ Jika layanan tersebut diterapkan, pelanggan akan menggunakan layanan tersebut ➢ Pelanggan berani membayar jika mendapat kepuasan ➢ Pelanggan cenderung memilih pengecatan oven dibanding pengecatan manual

No	Pertanyaan Peta Empati	Indikator		
		Calon Konsumen	Pelaku Usaha	Ahli Otomotif
5	Apa yang dikorbankannya? (<i>pain</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Waktu dan biaya yang telah dihabiskan ➢ Kekhawatiran untuk menggunakan jasa tersebut kembali 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Perusahaan harus siap rugi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen ➢ Terkadang pelanggan khawatir terhadap keamanan kendaraan mereka selama dilakukan pengecatan 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Biaya yang menjadi pertimbangan pelanggan ➢ Pelanggan memerlukan jaminan agar mobil mereka aman dan ditangani dengan baik
6	Apa yang didapatkannya? (<i>gain</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Waktu pengerjaan pengecatan yang cepat ➢ Harga yang disesuaikan dengan kualitas ➢ Menginginkan adanya layanan garansi pengecatan ➢ Menginginkan layanan yang memuaskan ➢ Tidak mau menunggu terlalu lama 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Kepuasan bagi pelanggan harus menjadi fokus perusahaan ➢ Ada pelanggan yang menginginkan garansi ➢ Pelanggan menginginkan kesesuaian antara harga dengan kualitas 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ Pelanggan menginginkan layanan yang lebih baik dan memuaskan ➢ Adanya layanan garansi akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap tempat pengecatan

TUGAS LATIHAN

Lakukanlah proses Empathy bersama teman kelompokmu dengan melakukan observasi dan saling mewawancarai .
Pahamilah apa customer (teman kalian) rasakan melalui proses See, Hear, Feel, do & say, Pains and gains.

Lakukan wawancara terkait masalah di bawah ini :

- 1. (masalah tercantum dalam forum diskusi)**
2. Lakukan diskusikan dalam forum diskusi lms per kelompok.
Bisa juga menggunakan forum diskusi lain (Whatsapp, Zoom, dll dan mengirimkan bukti screen shoot diskusi kalian di grup WA kelas).
3. Hasil kumpulan wawancara diketik di forum diskusi lms kelompok kalian

Note:

- Look for stories : Untuk mendapatkan empathy yang baik gunakanlah metode pencarian dari cerita calon pelanggan anda.

Contoh: Kapan terakhir kali kamu... Pakai cerita tersebut untuk menggali lebih dalam tentang : kesulitan mereka saat ?

Ask why : kenapa sulit ? Find their goals : kenapa penting ?, dll.

- Sikap yang harus di-perhatikan : biarkan mereka berbicara Jangan berikan pertanyaan yang kalian sudah tahu jawabannya. Don't ask Yes or No questions Tanya KENAPA Let the silence bring the students to an answer ranking kuisiner sesuai dengan hipotesis yang ingin teman-teman validasi.

end

