



# **DEFINE (MENDEFINISIKAN MASALAH UTAMA PELANGGAN)**

Niken Paramitasari, SE., MM.



- Setelah melakukan proses empathize ke calon pelanggan dengan dibantu menggunakan Empathy Map, tahap ke 2 dalam Design Thinking adalah Define.

# Tahap Define

- Arti define dalam proses desing thinking adalah membawa kejelasan dari fokus permasalahan ke ruang desain.
- Dalam tahap define ini berisikan tentang analisis informasi yang telah didapatkan dari tahap empathize untuk mengetahui tantangan apa yang akan dilakukan.

# Tahap Define

- Pada langkah ini, kita akan menggabungkan dan menganalisis hasil temuan dari data tiap-tiap problem yang dirasakan persona yang telah dituangkan ke dalam Empathy Map.
- Langkah ini sangat penting karena akan membantu kita menentukan pernyataan masalah pelanggan dan membimbing kita ke tahap selanjutnya yakni ide.
- **PENTING:** Bahwa pernyataan masalah yang dihasilkan harus ditangkap dalam istilah yang berpusat pada manusia/pelanggan daripada berfokus pada tujuan bisnis.

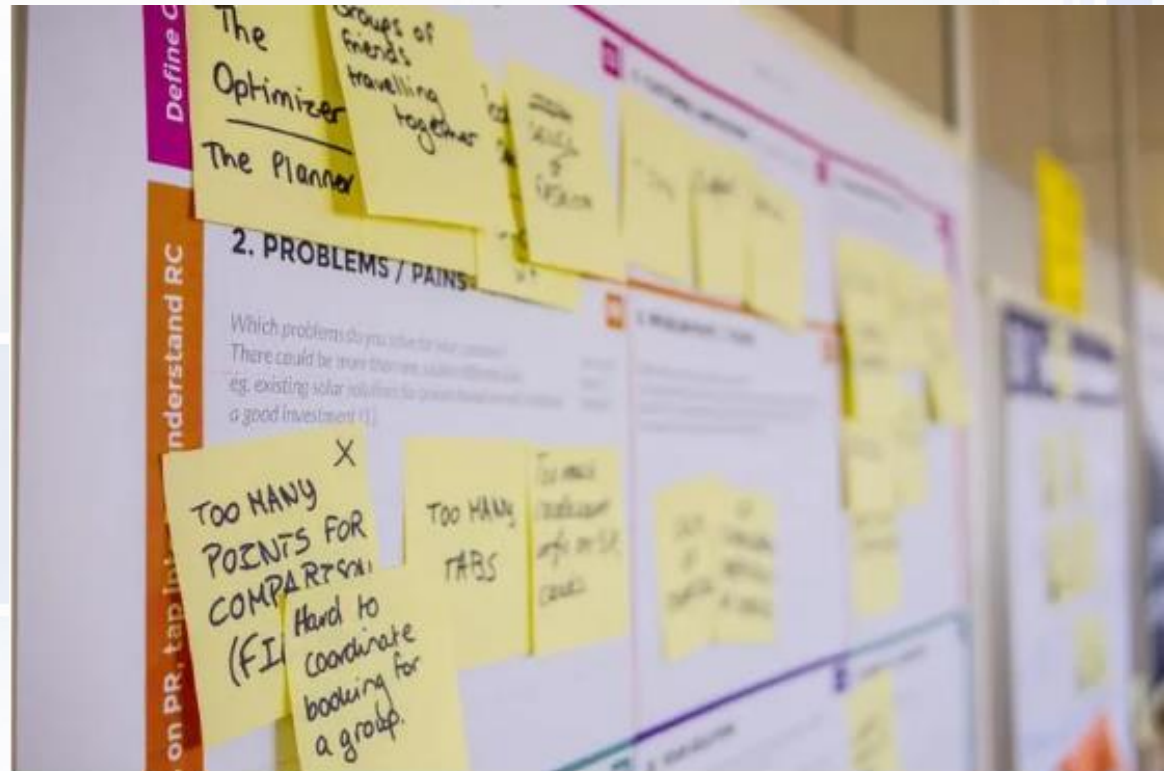
# Tahap Define

- Untuk mendapatkan (point of view) sudut pandang yang komprehensif atau menyeluruh dari proses pemahaman pada proses Empatize maka kita memerlukan 3 elemen, yakni: **Pandangan Pengguna, Kebutuhan pengguna dan Insight** (atau pandangan team terhadap masalah yang akan ditindak lanjuti sehingga akan mendorong team untuk terinspirasi mencari tahu apa yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan masalah pelanggan tersebut).
- Untuk memudahkan, terlebih dahulu kelompokkan masalah-masalah yang didapat berdasarkan beberapa kelompok. Misalnya; pada tahap awal (input), tahap proses (activity), dan tahap hasil (output), atau kelompokkan sesuai pengelompokan lainnya yang paling tepat. Lalu rumuskanlah problem statement tiap masalah-masalah tersebut.



Step #3 of the design thinking process is to brainstorm ways to address your user's needs.

• **Contoh:** Pada proses design thinking kesulitan Pelangan menemukan TV yang disukai, maka setelah dikelompokkan, pada empathy di proses awal (input) banyak nya jenis, size, merk, harga, fasilitas yang ditawarkan tv , memunculkan problem statement “Bagaimana membuat pelanggan tidak kesulitan dalam menemukan Tv yang tepat untuk dipilih mereka”



- Atau contoh lainnya untuk persoalan yang sama diatas, tapi pada proses pembayarannya, memunculkan problem statement “Bagaimana memudahkan pelanggan untuk memilih tipe pembayaran yang diminati”

# Problem Statement - Define

- Lalu contoh lainnya seperti pada tugas problem Arisan, misalnya. Bukan dengan kesimpulan bagaimana meningkatkan minat ibu-ibu untuk ikut arisan tetapi buatlah pernyataan masalah yang penting dan harus diselesaikan dengan target yang berpusat pada manusia/pelanggannya. Seperti Bagaimana kita bisa membantu pelanggan (ibu-ibu) untuk ..... Sehingga mereka tidak perlu merasakan /mengalami kesulitan ..... atau sehingga mereka akan merasakan/mendapatkan.....
- NOTE: Problem Statement tidak jauh berbeda dengan tugas mendefinisikan problem (tugas The Mad Libs yang pernah dibuat). Namun untuk membuat problem statement, kita tetap tidak boleh mengabaikan data-data lainnya yang telah di dapat di papan Empathy Map (See, hear, think & feel, say & do, pain and gain)

# Praktek Define (Problem Statement)

(Lakukan praktek ini secara individu atau kelompok berdasarkan hasil diskusi kelompok sebelumnya, yaitu

1. Setelah membuat rangkuman empathy map dan pengelompokan dari proses interview pada tahap empathy, kegiatan Define adalah merumuskan problem statement tiap masalah-masalah tersebut.  
**Praktek ini tidak perlu dikumpulkan)**
2. Problem statement yang menjadi penekanan yang didapat dari problem/masalah paling utama (akar masalah/sumber utama masalah) yang dialami pelanggan). Cara pembuatan di slide sebelumnya.

**end**

