

Etika Human-Centered Design Thinking: Refleksi Filosofis dan Implikasi bagi Manajemen Administrasi

Nayla Saiba Zaliya¹, Rizka Zahra Qonita², Otto Fajariantio³, Titim Nurlia⁴

^{1,2,3}Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia

⁴Politeknik LP3I Jakarta, Jakarta, Indonesia

nayla.saiba.2302316@students.um.ac.id¹, rizka.zahra.2302316@students.um.ac.id², otto.fajariantio.fip@um.ac.id³, titim.nurlia@gmail.com⁴

Abstrak

Design Thinking memiliki peran penting sebagai pendekatan inovasi yang berpusat pada manusia. Pendekatan ini tidak hanya menekankan penciptaan solusi kreatif, tetapi juga mengandung dimensi etika dan filsafat yang menempatkan martabat manusia sebagai inti. Melalui penelusuran literatur dan analisis konseptual, artikel ini menguraikan lima tahapan utama Design Thinking: membangun empati, merumuskan masalah, menghasilkan ide, membuat prototipe, dan melakukan pengujian. Setiap tahapan dikaji dari perspektif filsafat (humanisme, fenomenologi, pragmatisme, dan eksistensialisme) serta etika tanggung jawab. Selain itu, artikel ini menyoroti implikasi Design Thinking dalam manajemen administrasi, khususnya dalam konteks pengambilan keputusan, pelayanan publik, dan pengelolaan organisasi. Dengan demikian, Design Thinking dipahami bukan sekadar metode teknis, melainkan juga refleksi etis-filosofis yang memberi arah bagi manajemen administrasi yang humanis dan berkelanjutan.

Kata kunci: Design Thinking, etika, filsafat, manajemen administrasi, human-centered

Abstract

Design Thinking plays an important role as a human-centered innovation approach. This approach not only emphasizes the creation of creative solutions but also carries ethical and philosophical dimensions that place human dignity at its core. Through literature review and conceptual analysis, this article outlines the five main stages of Design Thinking: building empathy, defining problems, generating ideas, prototyping, and testing. Each stage is analyzed from the perspectives of philosophy (humanism, phenomenology, pragmatism, and existentialism) and ethics of responsibility. Furthermore, this article highlights the implications of Design Thinking in administrative management, particularly in decision-making, public service, and organizational governance. Thus, Design Thinking is understood not only as a technical method but also as an ethical-philosophical reflection that guides humanistic and sustainable administrative management.

Keywords: Design Thinking, ethics, philosophy, administrative management, human-centered

PENDAHULUAN

Dalam lanskap bisnis yang semakin dinamis, kompleks, dan kompetitif saat ini, inovasi telah menjadi kunci utama dalam menentukan keberhasilan dan keberlanjutan sebuah organisasi. Namun, kenyataannya banyak inisiatif inovasi yang mengalami kegagalan. Salah satu penyebab utamanya adalah kurangnya pemahaman mendalam terhadap pengguna: siapa mereka, tantangan apa yang mereka hadapi, serta kebutuhan dan aspirasi apa yang sebenarnya mereka miliki.

Inovasi yang hanya berangkat dari asumsi internal atau sekadar mengikuti tren tanpa landasan empati terhadap pengguna seringkali menghasilkan solusi yang tidak efektif atau bahkan tidak diadopsi sama sekali. Dalam konteks inilah, *Design Thinking* hadir sebagai pendekatan yang menawarkan jalan keluar. Berbeda dengan metode inovasi tradisional yang lebih berfokus pada teknologi atau bisnis, *Design Thinking* mengutamakan pemahaman manusia sebagai titik awal dari seluruh proses inovasi. Dengan menempatkan pengguna sebagai fokus sentral dalam seluruh proses inovasi.

Design Thinking menawarkan kerangka kerja yang sistematis dan kreatif untuk menghasilkan solusi yang tidak hanya inovatif tetapi juga relevan dan diinginkan. Kerangka kerja ini telah diadopsi secara luas oleh berbagai organisasi ternama di dunia mulai dari perusahaan teknologi hingga lembaga pendidikan sebagai strategi efektif untuk mengembangkan inovasi yang berdampak dan berkelanjutan.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan mendesak untuk mengintegrasikan inovasi dengan nilai-nilai filsafat dan etika dalam praktik manajemen administrasi. Perubahan lingkungan global yang cepat, perkembangan teknologi, serta kompleksitas kebutuhan masyarakat menuntut organisasi untuk tidak hanya berinovasi secara teknis, tetapi juga secara etis. *Design Thinking*, yang awalnya berkembang dalam dunia desain dan bisnis, kini dipandang relevan dalam konteks administrasi publik dan pendidikan karena menempatkan manusia sebagai pusat perhatian.

Namun, terdapat kesenjangan dalam penelitian sebelumnya: sebagian besar studi menekankan aspek teknis penerapan *Design Thinking* tanpa mengulas secara mendalam dimensi filsafat dan etika yang mendasarinya. Padahal, filsafat humanisme, fenomenologi, dan pragmatisme, serta etika tanggung jawab sosial, memiliki relevansi yang kuat dalam membentuk praktik administrasi yang lebih humanis. Oleh karena itu, artikel ini mencoba mengisi kesenjangan tersebut dengan meninjau *Design Thinking* dari perspektif filsafat dan etika, sekaligus menyoroti implikasinya bagi manajemen administrasi modern.

Artikel ini bertujuan mengeksplorasi secara komprehensif bagaimana *Design Thinking*, dengan penekanan pada pemahaman mendalam terhadap pengguna, dapat menjadi pendorong utama inovasi yang efektif sekaligus relevan secara filosofis, etis, dan administratif. Metode penulisan artikel ini menggunakan studi literatur dengan merujuk pada karya-karya akademis dari Brown (2009), Liedtka (2018), Stanford d.school (2010), serta Jonas (1984) yang mengintegrasikan perspektif etika dan tanggung jawab dalam teknologi.

METODE

Artikel ini menggunakan metode studi literatur (*library research*) dengan menelaah berbagai sumber akademis dan praktis terkait *Design Thinking*, filsafat, etika, dan manajemen administrasi. Langkah-langkah yang dilakukan meliputi:

1. Pengumpulan Literatur: Menggunakan buku, artikel jurnal, laporan institusi, serta panduan resmi seperti karya Brown (2009), Liedtka (2018), Stanford d.school (2010), dan Jonas (1984).
2. Analisis Konseptual: Menelaah kerangka *Design Thinking* (empati, definisi masalah, ideasi, prototipe, pengujian) dan menghubungkannya dengan teori filsafat (humanisme, fenomenologi, pragmatisme, eksistensialisme) serta etika tanggung jawab.
3. Sintesis dan Refleksi: Menyusun integrasi antara teori *Design Thinking* dengan prinsip-prinsip etika dan implikasi praktisnya dalam manajemen administrasi.

Metode ini dipilih karena sesuai untuk membangun kerangka konseptual yang kuat dan reflektif, serta memungkinkan analisis lintas disiplin antara manajemen, filsafat, dan etika.

Adapun tahapan dalam desain thinking antara lain: 1) Tahap empati dikaitkan dengan filsafat fenomenologi (memahami pengalaman subjektif) ditambah etika Levinas (tanggung jawab pada orang

lain) ditambah administrasi (mendengar aspirasi publik dalam pelayanan); 2) Definisi masalah menghasilkan refleksi filsafat pragmatisme ditambah etika keadilan ditambah administrasi (penentuan kebijakan berbasis kebutuhan nyata, bukan asumsi birokratis); 3) Ideasi dalam filsafat eksistensialisme (kebebasan berkreasi) ditambah etika inovasi yang bertanggung jawab dan administrasi (strategi perbaikan sistem); 4) Prototipe dan uji menghasilkan etika tanggung jawab (Hans Jonas) ditambah filsafat aksi dan administrasi (evaluasi kebijakan, pelayanan publik yang adaptif).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inti dari *design thinking* sebagai pendorong inovasi yang berfokus pada pengguna terletak pada serangkaian tahapan yang saling berkaitan dan berorientasi pada pemahaman mendalam tentang manusia. Proses ini dimulai dengan empati, sebuah fase krusial yang menuntut upaya sungguh-sungguh untuk menyelami dunia pengguna. Lebih dari sekadar mengumpulkan data demografis, empati melibatkan kemampuan untuk merasakan dan memahami kebutuhan, keinginan terpendam, motivasi yang mendasari tindakan, perilaku khas, serta tantangan riil yang dihadapi oleh mereka yang menggunakan produk atau layanan yang sedang dikembangkan. Observasi langsung di lingkungan pengguna, wawancara mendalam yang menggali cerita dan pengalaman, serta penggunaan berbagai metode riset kualitatif lainnya menjadi instrumen penting dalam membangun fondasi empati yang kokoh. Pemahaman yang akurat dan mendalam pada tahap ini menjadi kompas yang akan mengarahkan seluruh proses inovasi, memastikan bahwa solusi yang dirancang benar-benar menjawab permasalahan yang relevan bagi pengguna.

Setelah berhasil membangun pemahaman yang kaya tentang pengguna, langkah selanjutnya adalah definisi. Pada tahap ini, tim akan menggabungkan wawasan yang telah dikumpulkan selama fase empati untuk merumuskan secara jelas dan terstruktur permasalahan yang akan dipecahkan. Perbedaan mendasar di sini adalah bahwa masalah didefinisikan bukan dari sudut pandang organisasi atau teknis, melainkan sepenuhnya dari perspektif pengguna. Sebuah pernyataan masalah yang tepat dan berpusat pada pengguna akan menjadi panduan yang esensial untuk memfokuskan upaya ideasi. Kejelasan dalam mendefinisikan masalah yang mencegah tim untuk mengejar solusi yang tidak tepat sasaran atau tidak menjawab kebutuhan mendasar pengguna.

Dengan batasan masalah yang jelas, tahapan ideasi menjadi arena untuk menghasilkan beragam gagasan solusi potensial. Dalam fase ini, kuantitas ide menjadi lebih penting daripada kualitas pada awalnya. Berbagai teknik *brainstorming*, *mind mapping*, dan metode kreatif lainnya digunakan untuk mendorong pemikiran yang inovatif. Tujuannya adalah untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan solusi tanpa adanya penilaian awal. Lingkungan yang terbuka dan mendorong eksperimentasi pemikiran “*out of the box*” sangat penting dalam tahapan ini untuk memunculkan ide-ide inovatif yang mungkin tidak terpikirkan sebelumnya.

Ide-ide yang paling menjanjikan dari tahap ideasi kemudian memasuki fase prototipe. Di sini, gagasan-gagasan abstrak diwujudkan dalam bentuk representasi fisik atau visual yang sederhana dan cepat dibuat. Prototipe berfungsi sebagai alat untuk menguji konsep dan mendapatkan umpan balik awal dari pengguna. Bentuk prototipe bisa beragam, mulai dari sketsa kasar di atas kertas, model fisik sederhana dari bahan-bahan murah, hingga simulasi digital interaktif. Tujuan utama dari pembuatan prototipe adalah untuk membuat ide menjadi nyata sehingga dapat dievaluasi dan diperbaiki sebelum investasi sumber daya yang lebih besar dilakukan.

Tahap terakhir dalam kerangka kerja *design thinking* adalah uji. Di fase ini, prototipe

yang telah dibuat secara langsung dengan pengguna sesungguhnya. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan umpan balik yang jujur dan konstruktif tentang kegunaan, efektivitas, dan potensi pengembangan lebih lanjut dari solusi yang diusulkan. Hasil pengujian ini kemudian dianalisis secara seksama untuk mengidentifikasi kelemahan, peluang perbaikan, dan untuk memvalidasi asumsi-asumsi yang mendasari desain. Proses pengujian seringkali bersifat iteratif, yang berarti bahwa prototipe akan diperbaiki dan diuji kembali berdasarkan umpan balik pengguna hingga solusi yang paling optimal ditemukan.

Fokus pada penggunaan di setiap tahapan *design thinking* memastikan bahwa solusi yang dihasilkan tidak hanya inovatif dari sudut pandang teknologi atau bisnis, tetapi juga secara mendasar menjawab kebutuhan dan keinginan mereka yang akan menggunakannya. Dengan melibatkan pengguna secara aktif, bukan hanya sebagai objek penelitian tetapi juga sebagai kolaboratif dalam proses pengembangan, risiko kegagalan inovasi dapat meminimalkan secara signifikan. Lebih jauh lagi, pendekatan ini meningkatkan potensial untuk menciptakan produk atau layanan yang tidak hanya sukses di pasar tetapi juga memberikan dampak positif dan membangun hubungan yang kuat dengan pengguna.

Diskusi

Design Thinking sebagai refleksi filosofis menegaskan bahwa inovasi harus berpihak pada martabat manusia. Secara etis, pendekatan ini menuntut tanggung jawab moral dalam setiap tahap, dan dalam administrasi, ia menjadi strategi untuk mengelola organisasi dengan lebih adaptif, partisipatif, dan humanis. Relevansinya tampak pada sektor pendidikan, pemerintahan, dan bisnis, karena mampu mengintegrasikan aspek teknis, filosofis, dan etis dalam satu kerangka.

KESIMPULAN

Singkatnya, *design thinking* adalah cara berinovasi yang penting karena selalu fokus pada pemahaman mendalam tentang pengguna. Dengan tahapan yang jelas mulai dari pemahaman pengguna, menentukan masalah, mencari ide, membuat contoh sederhana (prototipe), sampai menguji langsung. Metode ini terbukti menghasilkan solusi yang tidak hanya baru, tetapi juga benar-benar berguna dan berdampak bagi mereka.

Design thinking mengajarkan cara berpikir yang mengutamakan manusia. Ini membantu organisasi menciptakan inovasi yang lebih baik dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan pengguna, bukan hanya mengikuti kebiasaan lama. Dengan melibatkan pengguna dalam prosesnya, risiko kegagalan inovasi menjadi lebih kecil, dan peluang untuk menciptakan nilai yang terus bertahan menjadi lebih besar.

Di dunia bisnis yang terus berubah dan penuh tantangan, kemampuan untuk berinovasi yang tepat sangatlah penting. *Design thinking*, dengan menekankan pemahaman pengguna dan proses yang fleksibel, memberikan panduan bagi banyak organisasi untuk mengatasi masalah, menciptakan solusi yang mengubah keadaan, dan terhubung lebih baik dengan pengguna mereka. Menerapkan *design thinking* bukan hanya pilihan strategi, tapi juga langkah penting untuk mencapai inovasi yang berkelanjutan dan memberikan manfaat yang nyata.

REFERENSI

AFFDE. (n.d.). Design Thinking: How These 8 Brands Achieved Shocking Success.
<https://www.affde.com/id/design-thinking-how-these-8-brands-achieved-shocking->

success.html

- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Harvard Business Press.
- IDEO.org. (2015). *The Field Guide to Human-Centered Design*. IDEO.org.
- Jonas, H. (1984). *The Imperative of Responsibility: In Search of an Ethics for the Technological Age*. University of Chicago Press.
- Levinas, E. (1969). *Totality and Infinity: An Essay on Exteriority*. Duquesne University Press.
- Liedtka, J. (2018). Why Design Thinking Works. *Harvard Business Review*.
- Markplus Institute. (n.d.). 3 Perusahaan Design Thinking.
<https://markplusinstitute.com/explore/3-perusahaan-design-thinking/>
- Rachman, A., & Sutopo, J. (n.d.). Penerapan Metode Design Thinking dalam Pengembangan UI/UX: Tinjauan Literatur.
- Stanford d.school. (2010). *An Introduction to Design Thinking Process Guide*.