

Rintisan

VOLUME
12

STARTUP • TALENTA DIGITAL • IDE • INOVASI

Edisi:

Kesehatan

In-Depth

Bagaimana Tren Kesehatan Digital di Masa Depan?

Profil Startup

Feedloop: Bantu Bisnis untuk Bertransformasi Digital

Profil Komunitas

Rumah Millennials: Muda dan Berdaya

In-Depth

Langkah Strategi Merintis Startup Kesehatan Digital

GERAKAN NASIONAL
1000
STARTUP DIGITAL



BUKU INI TIDAK UNTUK DIPERJUALBELIKAN

ILUSTRASI COVER OLEH MOTULZ ANTO





PENGARAH

Semuel Abrijani Pangerapan

PEMBINA

Bonifasius Wahyu Pudjianto

PENANGGUNG JAWAB & PEMIMPIN REDAKSI

Sonny Sudaryana

EDITOR

Fadhila Hasna Athaya

Maria Sattwika Duhita

Putranto Adhi Nugroho

PENULIS

Aulia Mahiranissa

Mayasti Dwidya Nastiti

Sofy Nito Amalia

DESAIN & LAYOUT

Adinda Hapsari

Rizka Irjayanti

ILUSTRASI

Motulz Anto

Ngurah Yudha

PRODUKSI & SIRKULASI

Anka Raharja

Fahmi Riskian

GERAKAN NASIONAL



STARTUP DIGITAL



KOMINFO

BUKU INI TIDAK UNTUK DIPERJUALBELIKAN

Surat dari Redaksi

Revolusi Teknologi di Industri Kesehatan

Ketika kita berbicara tentang perawatan kesehatan, kebanyakan orang berpikir tentang obat-obatan, rumah sakit, dan dokter. Padahal, dalam 10-15 tahun terakhir, telah terjadi perubahan yang luar biasa dalam industri kesehatan. Pertanyaannya, bagaimana dan apa alasannya?

Ketika berbicara tentang teknologi, inovasi, pendanaan, pertumbuhan, sektor kesehatan telah bertumbuh pesat, terutama saat terjadi pandemi COVID-19. Orang-orang mulai bergantung pada aplikasi kesehatan. Mereka menganggap menggunakan aplikasi kesehatan adalah salah satu opsi terbaik untuk mengamati kesehatan diri sendiri. Pandemi ini juga telah membuka peluang bagi startup kesehatan untuk melompat ke garis depan dan menunjukkan keajaiban apa yang dapat mereka ciptakan ketika perpaduan yang tepat antara keinginan, inovasi, dan transformasi berpadu. Dalam menghadapi rutinitas yang terseok-seok selama "new normal" ini, startup kesehatan diharapkan dapat menghadirkan bagaimana seharusnya solusi kesehatan modern.

Inovasi dimungkinkan oleh teknologi terbaru yang berkisar dari *blockchain*, *IoT*, *Artificial Intelligence* hingga analisis *big data*. Transformasi digital layanan kesehatan tentu bisa menjadi revolusi besar. Menerapkan solusi yang tepat akan membawa banyak keuntungan, dan beberapa penyakit dapat disembuhkan lebih efektif dan lebih cepat dengan risiko minimal. Menurut data dari *CB Insights* (perusahaan yang menyediakan *database global*), dalam kuartal ketiga (Q3) tahun 2020, startup AI kesehatan telah mengumpulkan lebih dari sekitar \$2 miliar pendanaan di 121+ kesepakatan, membuat rekor baru dalam sektor kesehatan.

Namun, itu bukan keseluruhan cerita. Mungkin ada di antara kita yang berpikir bahwa teknologi akan menghilangkan pekerjaan. Tetapi, ketika kita melihat aktivitas startup layanan kesehatan, kita dapat menunjukkan satu hal, meskipun berbasis digital, mereka tetap menempatkan manusia sebagai faktor sentral. Apa kamu tahu kenapa? Karena otak dan hati manusia tetap dibutuhkan terutama dalam hal kesehatan. Mesin dan robot tidak bisa memikirkannya sendiri. Robot melakukan apa yang manusia program mereka untuk lakukan. Maka dari itu, sekarang adalah saat yang tepat bagi kamu yang ingin mendalami industri kesehatan dan membuat solusi yang *scalable* dengan dukungan teknologi.

Dengan membaca RINTISAN edisi Kesehatan kali ini, kamu akan menemukan artikel berkaitan dengan tren kesehatan, bagaimana teknologi terbaru memengaruhi *healthcare*, jenis *business model* dari *digital health startup*, hingga direktori startup inspiratif untuk kamu pelajari. Semoga RINTISAN dapat selalu menjadi teman bagi kamu yang ingin menghadirkan inovasi untuk negeri.

Tim Redaksi



“ Sebagai salah satu sinergi pemerintah dengan *startup* adalah dengan diluncurkannya dukungan layanan kesehatan bagi masyarakat yang terkonfirmasi positif COVID-19 dan melakukan isolasi mandiri di rumah. ”

Prakata Dirjen Aptika

Bagaimana Menciptakan Inovasi Terdepan untuk Industri Kesehatan?

Semuel Abrijani Pangerapan

Direktur Jenderal Aplikasi Informatika
Kementerian Komunikasi dan Informatika RI

Dengan dunia yang harus beradaptasi secara cepat dalam menghadapi pandemi, kunci bagi kita dapat keluar dari krisis ini bersama-sama adalah dengan berkolaborasi. Itulah yang saat ini pemerintah dorong dan lakukan.

Fokus utama pemerintah adalah mengejar kekebalan kelompok atau *herd immunity* dengan mempercepat proses vaksinasi. Namun, mencapai hal tersebut memakan waktu, sementara banyak permasalahan lain yang juga harus ditangani bersamaan. Untuk itu, inisiatif yang tinggi dari rekan-rekan *founder startup* kesehatan dan juga *startup* dengan inovasi yang mendukung pemenuhan kebutuhan masyarakat sangat kami apresiasi.

Sebagai salah satu sinergi pemerintah dengan *startup* adalah dengan diluncurkannya dukungan layanan kesehatan bagi masyarakat yang terkonfirmasi positif COVID-19 dan melakukan isolasi mandiri di rumah. Dukungan layanan

kesehatan tersebut berupa *telemedicine*, yaitu konsultasi kesehatan secara virtual melalui *smartphone*, bekerja sama dengan 11 *startup* kesehatan, yaitu Alodokter, GetWell, Good Doctor, Halodoc, KlikDokter, KlinikGo, Link Sehat, Milvik Dokter, ProSehat, SehatQ, dan YesDok.

Itu baru satu hal di antara banyak hal yang dapat dikolaborasikan. Untuk Anda yang baru tergerak ingin membuat inovasi di bidang kesehatan, saran saya, selain aktif mencari tahu perkembangan teknologi di sektor kesehatan, Anda juga harus lebih menajamkan indera untuk memperhatikan lingkungan sekitar bahkan pola hidup orang-orang terdekat. Apa yang dapat dibuat lebih baik lagi? Ingat, setiap hal besar itu dimulai dari suatu hal yang sederhana.

Saya harap dengan membaca RINTISAN Edisi Kesehatan kali ini, Anda bisa mendapatkan ide untuk inovasi selanjutnya di industri kesehatan.

Daftar Isi

SURAT DARI REDAKSI

Revolusi Teknologi di Industri Kesehatan 3

PRAKATA DIRJEN APTIKA

Bagaimana Menciptakan Inovasi Terdepan
untuk Industri Kesehatan? 5

IN-DEPTH

Bagaimana Tren Kesehatan
Digital di Masa Depan? 8

IN-DEPTH

Transformasi Pelayanan Kesehatan dengan
5G, Edge Computing, dan IoMT 16

REKOMENDASI

Buku, Film, & Podcast 22

IN-DEPTH

Langkah Strategi Merintis Startup Kesehatan Digital 28

IN-DEPTH

Tentang *Infodemic*:
Pentingnya Memilih dan Memilah Informasi 34

Volume 12

Kesehatan

IN-DEPTH

Bagaimana Merangkul Kedekatan dan Memberikan Kepercayaan pada Tim? 42

IN-DEPTH

Mitos, Fakta, dan Pertimbangan Penting saat Membuat MVP 46

IN-DEPTH

3 Jalur Karier di Industri Teknologi, Mana Paling Cocok Untukmu? 52

PROFIL STARTUP

Feedloop: Bantu Bisnis untuk Bertransformasi Digital 56

PROFIL KOMUNITAS

Rumah Millennials Indonesia: Muda dan Berdaya 66

DIREKTORI STARTUP

Direktori Startup Kesehatan Inspiratif 72

KAMUS STARTUP

Glosarium 76



ILUSTRASI ARTIKEL OLEH NGURAH YUDHA

In-Depth

Bagaimana Tren Kesehatan Digital di Masa Depan?



Telemedis

Pernahkah kamu melakukan konsultasi kesehatan melalui daring? Jika pernah, maka aktivitas tersebut bisa digolongkan menjadi telemedis atau telemedicine. Menurut American Academy of Family Physicians, telemedis adalah praktik penggunaan teknologi untuk

memberikan pelayanan kesehatan secara jarak jauh. Contohnya dokter yang membuka praktik kesehatan di suatu tempat dan melayani pasien yang ada di tempat lain menggunakan teknologi komunikasi.

WHO memisahkan praktik telemedis menjadi asinkronis dan sinkronis. Lewat telemedis asinkronis, data pasien bisa dikirim ke dokter melalui surat elektronik. Selanjutnya, dokter akan menganalisis dan menyampaikan diagnosis melalui data tersebut. Sedangkan telemedis sinkronis, cara berkomunikasi lebih interaktif menggunakan *video call*. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa data pasien dapat dikirim terlebih dulu ke dokter agar konsultasi semakin lengkap.

Meskipun tidak semua peralatan dokter dapat digantikan menggunakan konsultasi lewat daring, akan tetapi telemedis membuka peluang bagi

para tenaga kesehatan untuk bisa mengumpulkan informasi penting yang berkaitan dengan pemeriksaan pasien. Contoh paling baik mengenai pentingnya penggunaan telemedis adalah *white coat syndrome* atau sindrom jas putih. Sindrom ini berarti kenaikan tekanan darah ketika pasien mengunjungi dokter rumah sakit yang kerap menggunakan jas putih. Hal ini menyebabkan pembacaan data menjadi kurang akurat. Untuk mengatasi hal ini, panggilan rumah virtual dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas tes dan perawatan, serta memungkinkan dokter untuk mengidentifikasi penyebab dengan lebih akurat.



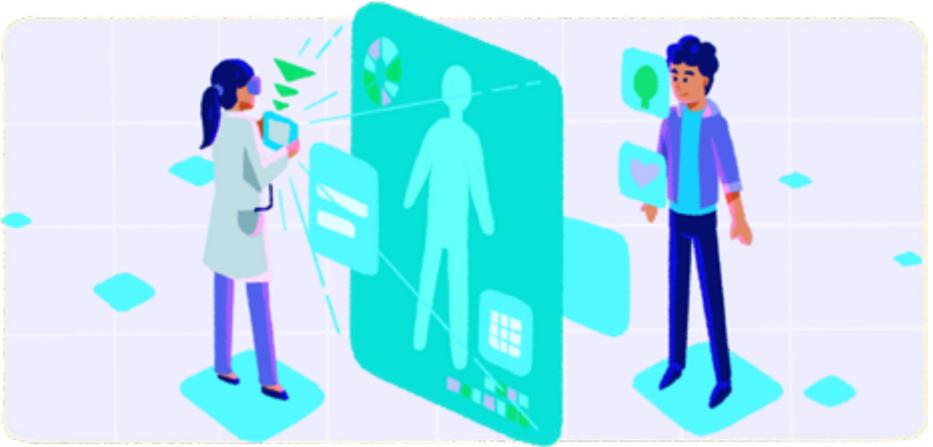
Kesehatan Mental

Masyarakat yang hidup dalam kondisi pandemi lebih sadar diri tentang kesehatan mental. Menurut sebuah penelitian yang dilakukan oleh IFS, *lockdown* memberikan dampak negatif terhadap kesehatan mental masyarakat Inggris sebesar 8,1%. Dilansir dari *sifted.eu*, startup kesehatan mental telah berhasil mengumpulkan

uang selama setahun terakhir. Beberapa diantaranya adalah *Spill*, aplikasi Slack yang memantau kondisi kesehatan mental, *Unmind* yaitu platform kesehatan mental di tempat kerja, serta *Meru Health* yang merupakan aplikasi berbasis AI untuk terapi.

Menurut Dr. Fiona Pathiraja, *founder and managing partner* dari Crista Galli Ventures, “Pandemi mendorong krisis kesehatan mental untuk orang-orang yang tidak memiliki komunitas besar atau yang terisolasi secara sosial.” Menurutnya, orang-orang yang rentan mengalami kesepian di masa sebelum pandemi

adalah orang tua. Namun saat ini, lockdown menyebabkan kesepian di setiap kelompok, termasuk Gen Z dan Millennial. Karena itulah, startup yang bergerak di bidang kesehatan mental diprediksi akan semakin dibutuhkan oleh banyak orang di masa pandemi seperti sekarang.



Artificial Intelligence (AI)

Dilansir dari sifted.eu, menurut Pam Garside, seorang angel investor dan co-chair dari The Cambridge Health Network, AI dan pembelajaran mesin sangat bermanfaat di bidang kesehatan. Salah satu perusahaan portofolionya yang bernama Kheiron Medical, menggunakan AI untuk mammografi. Mammografi adalah pemeriksaan kelenjar payudara menggunakan sinar-X dosis rendah dengan tujuan untuk memeriksa tumor dan kista. Menurut Garside, memanfaatkan AI bisa menghemat biaya bagi pelayanan kesehatan dalam melakukan filter terhadap pasien pengidap kanker.

Beberapa startup kesehatan lain yang memanfaatkan AI adalah Methinks asal Spanyol. Mereka

mengakas waktu penilaian bagi pasien stroke dengan menggunakan AI untuk melakukan CT scan awal. Pemanfaatan AI juga dilakukan di kala pandemi, di mana para profesional tenaga kesehatan banyak yang mengalami kesulitan saat terjadinya lonjakan kasus COVID-19. Momen tersebut dimanfaatkan oleh startup yang menggunakan AI, seperti Cardiologs asal Prancis yang membantu para tenaga kesehatan melakukan pemindaian pasien gangguan jantung. Adapula startup Healthily asal Inggris (sebelumnya bernama Your.MD), menggunakan AI untuk membantu pasien memeriksa gejala sebelum memutuskan untuk mengatur janji dengan dokter.



Aplikasi Kesehatan yang Bisa Dipersonalisasi

Menurut Garside, “Personalisasi di kesehatan adalah tren yang signifikan.” Saat ini, banyak orang memilih perawatan medis yang bisa disesuaikan dengan penggunanya. Contohnya adalah startup asal Swedia, yaitu Grace Health, yang menyediakan aplikasi bagi pengguna untuk melacak siklus menstruasi serta memantau kesehatan menggunakan prediksi berbasis AI dan didukung dengan sistem obrolan 24/7.

Karena COVID-19 menyebabkan pemeriksaan di dokter harus lebih dibatasi jumlah pasien dan durasi saat pemeriksaan, maka peluang untuk personalisasi perawatan dan pencegahan juga meningkat. Contohnya adalah startup dari Inggris yaitu Thriva yang membuat saran nutrisi yang disesuaikan dengan kebutuhan pasien. Hasil saran nutrisinya didasarkan dari hasil tes darah di rumah dan berhasil mendeteksi masalah seperti kekurangan zat besi, B12, atau vitamin D.



Kesehatan Kerja

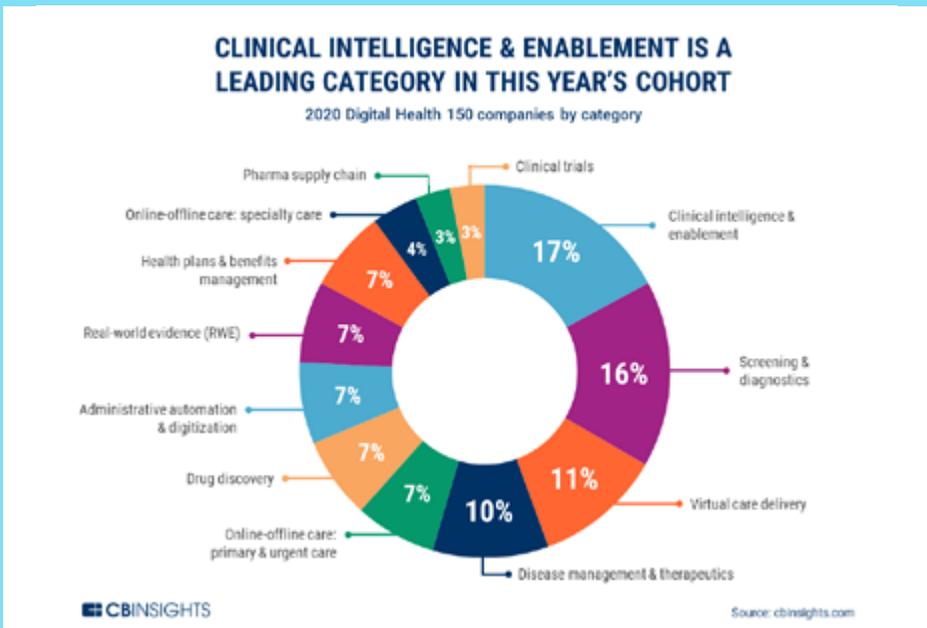
Siapa yang sudah terbiasa melakukan *work from home* dan menghabiskan banyak waktunya di depan layar komputer? Jika kamu termasuk salah satunya, maka efek duduk terlalu lama, beberapa bagian tubuh terasa pegal, dan mata lelah menghadap layar, bisa jadi kamu rasakan. Bukan tidak mungkin, di masa depan cara bekerja seperti ini bisa permanen meskipun pandemi mungkin sudah berlalu.

Topik kesehatan kerja ini sedang hangat dibicarakan dan diangkat sebagai sebuah masalah bagi para startup di bidang kesehatan.

Beberapa di antaranya adalah LiveSmart yang menggunakan penilaian dan pelatihan kesehatan yang menyeluruh agar tempat kerja menjadi lebih sehat. Sedangkan Virtue Health mengembangkan sistem untuk bisa memantau fungsi motorik, memastikan para pekerja jarak jauh bekerja dengan aman di hadapan layar komputer, mengukur kadar ergonomis saat bekerja, dan teknologi fisioterapi di rumah.

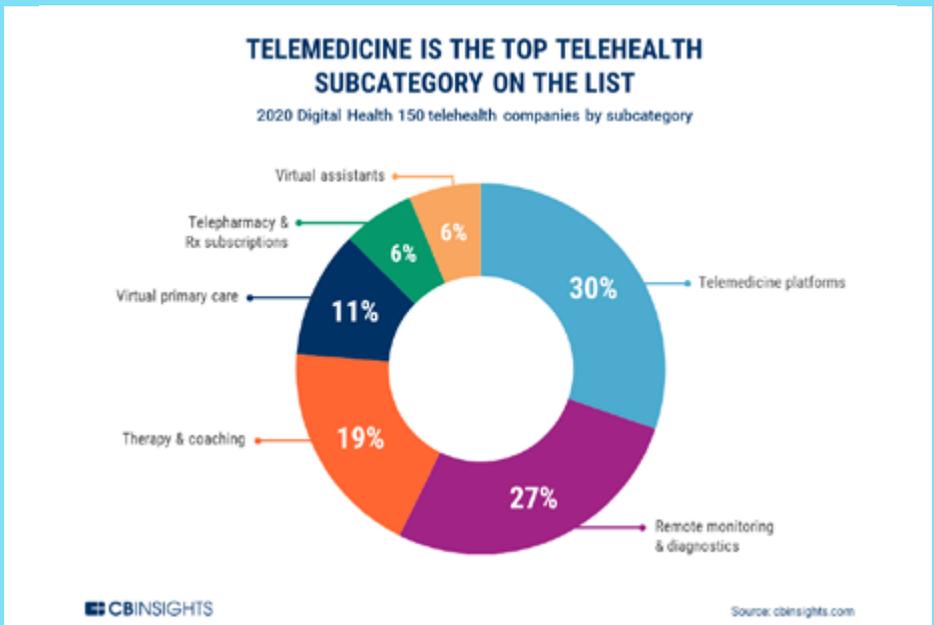
Beberapa kategori dari perusahaan kesehatan digital memiliki fokus untuk menyelesaikan masalah di bagian berikut:

1. Kecerdasan dan pemberdayaan klinis, yaitu membantu pengguna untuk membuat keputusan klinis untuk memberikan perawatan kesehatan yang efektif dan efisien.
2. Skrining dan diagnosis, yaitu melakukan filter atau pemeriksaan tahap awal pada pengguna,
3. Layanan perawatan virtual, menekankan interaksi secara daring dengan tenaga kesehatan profesional.
4. Manajemen dan terapi penyakit, membantu pasien untuk mencegah, mengelola, dan atau mengobati kondisi kesehatan mereka.



Sedangkan tren perawatan kesehatan dibagi menjadi beberapa kategori antara lain:

1. Platform telemedis yang menawarkan layanan kesehatan jarak jauh
2. Pemantauan dan diagnosa jarak jauh
3. Terapi pasien
4. Riset dan pengembangan obat
5. Optimalisasi biaya perawatan kesehatan (membuat solusi alur kerja administrasi yang efisien dan kerja sama dengan perusahaan kesehatan asuransi swasta)
6. Kesehatan mental dan perilaku
7. Kesehatan perempuan



Transformasi Pelayanan Kesehatan dengan 5G, Edge Computing, dan IoMT



2021 adalah tahun di mana masyarakat mulai terbiasa untuk mengukur dan melacak. Misalnya, mengukur besaran kalori makanan dan asupan nutrisi melalui aplikasi pemantau pola makan. Atau bagi kamu yang hobi naik sepeda, mungkin sudah pernah mengukur jarak tempuh dan rute yang dilalui. Contoh lain yang lebih umum, pemantau kesehatan seperti *smartwatch* atau *smartband* yang bisa dipakai untuk mengukur dan mengumpulkan data yang berkaitan dengan tubuh seperti denyut nadi, kadar oksigen darah, pola dan kualitas tidur, dan lain-lain.

Teknologi memungkinkan itu semua terjadi secara lebih mudah dan praktis. Kualitas informasi dan data yang dikumpulkan menjadi sangat penting. Terlebih jika dikaitkan dengan kesehatan. Informasi dan data pasien yang akurat dan cepat akan sangat membantu dokter menghasilkan keputusan yang lebih tepat. Misal memberikan obat sesuai diagnosis atau harus mengambil tindakan medis lainnya agar pasien bisa segera sembuh.

Teknologi yang bisa dimanfaatkan di sektor kesehatan adalah *Internet of Medical Things* (IoMT), atau teknologi yang menghubungkan

perangkat medis, aplikasi perangkat lunak, dan sistem kesehatan yang didukung oleh teknologi nirkabel 5G dan *edge computing*.

Menurut laporan yang diterbitkan oleh Deloitte, pemakaian *Technology Enabled Care* (TEC) membantu para tenaga kesehatan untuk membuat kunjungan elektronik (*e-visit*), menulis resep digital, mendiagnosis dan memberikan perawatan berdasarkan pantauan jarak jauh, yang ini semua memberikan penghematan biaya dan dapat meningkatkan kualitas perawatan pasien.

Supaya lebih jelas, berikut adalah beberapa fakta dari pengaplikasian IoMT, 5G, dan *edge computing* di industri kesehatan yang dilansir dari situs [cbinsights.com](https://www.cbinsights.com):

Telehealth dan Pemantauan Pasien

Telehealth memungkinkan perangkat yang terhubung dengan IoMT diakses oleh tenaga medis untuk mengawasi pasien di rumah sakit atau saat mereka sedang dirawat di rumah. Konferensi video sangat membantu komunikasi antara pasien dan tenaga medis dengan lebih fleksibel dan mudah, sedangkan perangkat yang digunakan pasien dapat terhubung dan mengirimkan data kesehatan langsung ke rekam medis secara *real time*.

Perusahaan Klue menggunakan AI penginderaan isyarat untuk menentukan kapan penggunaannya harus makan. Medtronic kemudian membeli Klue di tahun 2019 dan menggunakan teknologi Klue dalam sistem pompa insulin Medtronic *Personalized Closed Loop (PCL)*. Tujuannya agar insulin dapat diterima secara otomatis berdasarkan makanan yang dikonsumsi oleh pasien secara *real time*.



Rantai Pasokan Farmasi

Perusahaan farmasi selalu melindungi kualitas dan keamanan bahan yang dikirim dari satu tempat ke tempat lain. Mengoptimalkan rantai pasokan sudah menjadi tujuan utama perusahaan manufaktur dan distribusi, termasuk perusahaan farmasi.

Bayangkan saja jika bahan baku harus dikirim dari lokasi yang jaraknya berjauhan, seperti antarnegara atau antarbenua. Maka, akses rantai pasokan dan juga manajemen sistem distribusi harus lancar mulai dari hulu hingga hilir. Terutama kualitas bahan yang harus tetap aman, terlindungi, dan dapat dilacak dari jarak jauh. Karena bahan baku yang mengalami kerusakan ketika diantar dapat meningkatkan kerugian. Untuk itu, memanfaatkan teknologi *edge computing* dan *blockchain* sangat berguna untuk melacak dan memverifikasi produk selama proses pengiriman berlangsung.

Contoh perusahaan yang sudah memanfaatkan *blockchain* di industri farmasi adalah Chronicled. Jaringan MediLedger-nya menawarkan kontrak,

komunikasi, serta verifikasi keamanan produk saat proses pengiriman barang.

Microsoft juga bekerja sama dengan banyak perusahaan farmasi, di mana mereka memanfaatkan teknologi Azure IoT untuk mengembangkan sistem Wipro Smart Track yang menggunakan *edge technology* untuk memantau suhu dan menghindari terjadinya pemalsuan data karena semuanya dapat dipantau secara *real time*. Jika ternyata ada gangguan, perangkat bisa mengirimkan peringatan geospasial secara cepat dalam proses rantai pasokan. Sebab, suhu yang stabil selama proses pengiriman sangat penting untuk dijaga. Banyak obat biologis yang bahan bakunya terbuat dari organisme hidup dan membutuhkan suhu khusus saat proses pengiriman, pengangkutan, dan penyimpanan. Dengan *edge technology*, tentu saja sangat membantu agar barang yang dikirim tetap dalam suhu yang disesuaikan dan dipantau secara nyata dengan cara mengaktifkan sensor dan perangkat *Internet of Things* (IoT).



Pengendalian Terhadap Infeksi

Perusahaan manajemen pengendalian infeksi menggunakan AI untuk mencegah dan memperlambat penyebaran infeksi di rumah sakit dan fasilitas perawatan. Contohnya yang telah dilakukan oleh Vitalacy yang menggunakan sistem bluetooth canggih yang terhubung dengan aplikasi. Sistem ini punya fitur untuk melacak kontrak otomatis yang dapat merekam dan memberi peringatan kepada para tenaga kesehatan saat bertemu orang lain pada jarak yang tidak aman. Sistem tersebut juga digunakan untuk memastikan kepatuhan cuci tangan bagi tiap orang dengan cara melacak pengguna berdasarkan lokasi dan durasi mencuci.

Manajemen pengendalian infeksi juga dilakukan saat mengawasi pasien. Hal ini sudah diterapkan oleh Inspiren yang menggunakan sistem untuk memantau pasien ambeien berkelanjutan yang mencakup umpan video, audio, dan deteksi

Alat Pelindung Diri (APD). Jika ternyata pasien memiliki risiko potensial, sistem akan memberi notifikasi pada tenaga kesehatan secara real time sehingga mereka dapat melakukan perawatan intensif dan melakukan tindakan pencegahan yang tepat.



Penggunaan IoMT, 5G, dan juga *edge computing* telah mengubah industri pelayanan kesehatan menjadi lebih berkualitas. Ini karena kecepatan pelayanan dan tindakan pengambilan keputusan yang bisa dilakukan berdasarkan data yang *real time*. Namun, penggunaan teknologi IoMT, 5G, dan *edge computing* masih belum bisa diterapkan sepenuhnya pada seluruh fasilitas kesehatan serta harus ditingkatkan keamanan dan privasi penggunanya. Untuk itu, teknologi ini harus terus dikembangkan menjadi lebih baik agar transformasinya dapat dirasakan oleh banyak masyarakat yang membutuhkan.

Dari Kominfo, untuk Indonesia:

Program-Program Utama Transformasi Digital

Temukan selengkapnya di:

www.kominfo.go.id/renstra



Buku, Film, & Podcast

Telah dikurasi, tinggal diresapi, dinikmati,
dan dibagi pada teman-teman lainnya!



Pada edisi kali ini, kami telah memilih sumber-sumber inspirasi yang akan membantumu untuk menyelami tentang kesehatan lebih dalam. Kami harap, kamu dapat menemukan hal yang dapat diterapkan dalam karya-karyamu ke depannya!

Podcast



The #HCBiz Show!

Kini, teknologi menjadi pendamping segala aspek kehidupan, salah satunya sektor kesehatan. Perkembangan teknologi turut membawa perubahan di dunia kesehatan. The #HCBiz Show! menjabarkan permasalahan yang muncul ketika dunia kesehatan bergantung dengan teknologi. Podcast ini juga mengajak kamu menciptakan inovasi dalam dunia kesehatan melalui pemanfaatan teknologi. Buat kamu yang tertarik mendirikan startup di bidang kesehatan, podcast ini membantumu menemukan inspirasi sambil melihat lebih jauh perkembangan digital health startup.

DENGARKAN DI thehcbizshow.com



Data Book (Inside Digital Health)

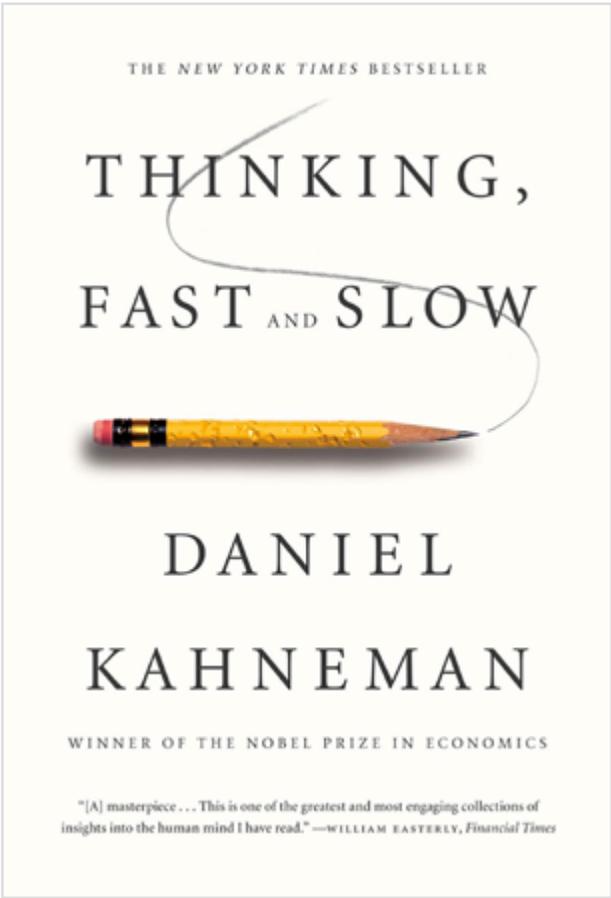
Podcast yang tayang setiap dua minggu ini menyoroti kisah tentang teknologi keperawatan dan menghadirkan narasumber dari beragam latar belakang di dunia kesehatan untuk berbagi cerita tentang hal-hal di balik evolusi teknologi kesehatan. Podcast Data Book akan banyak menyelidiki masalah yang sering diabaikan seperti budaya sekolah kedokteran, kelelahan dokter, dan dampak terobosan teknologi dalam dunia kesehatan.

DENGARKAN DI <https://open.spotify.com/show/1ygKcKeKWM2DkDbf8GCSyO>

DANIEL KAHNEMAN

Thinking, Fast and Slow

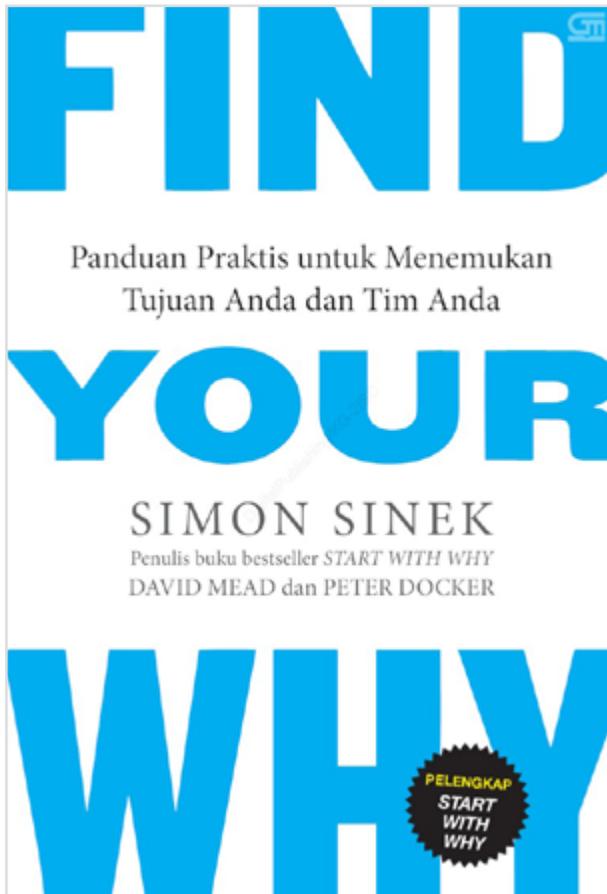
Mengulas mengenai hal mendasar yang sering luput kita lakukan: membereskan rumah/barang yang kita miliki. Buku ini mengajak kita untuk lebih fokus memperhatikan hal yang kecil seperti membersihkan dan rutin merapikan barang-barang, untuk melatih diri kita agar lebih bisa disiplin dalam melakukan hal-hal lain yang lebih besar. Bagi kamu para calon *founder startup* atau bisnis lainnya, buku ini wajib dibaca karena dapat membentuk mindset kita untuk lebih disiplin dimulai dari hal-hal yang kecil, seperti merapikan dan membereskan barang-barang milik sendiri.



SIMON SINEK

Find Your Why

Mengawali segala hal dengan 'why' atau 'kenapa?' jadi hal yang wajib kamu lakukan dalam merintis startup. Setelah kamu sudah menanamkan dan terbiasa berpikir seperti itu, buku karangan Simon Sinek ini akan membantu kamu selalu memulai dengan pertanyaan 'why' lainnya. Dalam membuat dan mewujudkan ide-ide bisnis, kamu perlu berpikir kreatif dan kritis agar startup-mu terus berkembang.





2017

The Magic Pill

Ketergantungan manusia modern terhadap konsumsi beragam pil untuk mengatasi penyakit yang diderita, ternyata menjadi sorotan beberapa dokter, ilmuwan, bahkan chef. Film dokumenter berdurasi 1 jam 30 menit ini akan membuka pandangan kamu bagaimana perubahan kondisi kesehatan di berbagai belahan dunia dari masa ke masa. Nyatanya, ilmuwan dan dokter memiliki anggapan bahwa obat paling ampuh di dunia ini adalah makanan yang kita konsumsi. Maka dari itu beberapa chef juga turut memerangi penyakit dengan ajakan agar mengatur pola makan sebaik mungkin.



2011

It's Kind of a Funny Story

Bagi kamu yang sangat menghargai kesehatan mental, film ini bisa jadi favoritmu. Film disutradarai Anna Boden dan Ryan Fleck ini berkisah tentang seorang anak (Craig) berusia 16 tahun yang berkonsultasi ke psikiatri karena depresi dan ingin bunuh diri. Setelah pemeriksaan, Craig menjalani program khusus dan ditempatkan pada rumah sakit jiwa bersama orang-orang dewasa yang memiliki gangguan mental. Walau berbalut komedi, film ini mengungkapkan keadaan orang dengan gangguan mental yang sedang berjuang untuk kesehatan jiwanya.

STARTUPSTARTUPSTARTU

S

Start

In-Depth

Langkah Strategi Merintis *Startup* Kesehatan Digital

Merintis perusahaan kesehatan digital tentu membutuhkan langkah strategis untuk bisa mencapai kesuksesan. Di bawah ini merupakan cerita nyata dari para *startup* yang telah berjalan lebih dulu di industri kesehatan digital, yang dilansir dari artikel McKinsey:

LANGKAH PERTAMA

Menentukan Proposisi Nilai

Jika ditanya, bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan pelanggan? Maka jawabannya adalah menentukan proposisi nilai dari *startup* kesehatan yang ingin kamu bangun.

Memang, *startup* dibangun dengan memanfaatkan teknologi canggih atau inovasi. Akan tetapi, teknologi paling mutakhir sekali pun tidak akan berhasil jika kebutuhan pelanggan tidak teridentifikasi dan belum bisa terpenuhi.

Perjalanan tentang membangun proposisi nilai datang dari sebuah aplikasi bernama Hello

Heart. Mereka memiliki tujuan untuk membantu pasien mengelola hipertensi dan kesehatan jantung secara menyeluruh. Nilai ini datang berdasarkan pengalaman founder yaitu Maayan Cohen, yang berjuang untuk bisa memperoleh informasi perawatan kesehatan yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Kebutuhan akan ketersediaan informasi dan penanganan terhadap penyakit kardiovaskular itulah yang akhirnya membawa mereka untuk menyajikan informasi valid, jelas, dan bisa dipersonalisasi bagi para pasien.

LANGKAH KEDUA

Merancang Produk Berdasarkan Pengalaman Pengguna

Apa yang kamu rasakan jika menggunakan aplikasi yang sering nge-lag, jika *loading* lama, dan juga letak menu yang kurang tertata? Tentu saja rasanya kurang menyenangkan, ya.

Berdasarkan hal tersebut, memanjakan pengguna dengan pengalaman yang menyenangkan akan sangat berguna bagi proses pengembangan produk. Terutama bagi *startup* kesehatan yang perlu merancang secara teliti terhadap kepuasan pengguna akhir, antara lain pasien, dokter, perawat, staf kesehatan, hingga penyedia layanan kesehatan.

Untuk itu, desain dengan *human centric* sangat penting untuk memastikan pengguna akhir terlibat dengan proses, terselesaikan solusinya, sehingga pengguna mau terus

untuk menggunakan produk atau layanan. Salah satu cara agar pengguna merasa tetap terlibat adalah tentang personalisasi. Seperti yang telah dilakukan oleh Pear Therapeutics yang merancang reSET, sebuah produk yang menerapkan terapi perilaku kognitif dalam rangka pengobatan terhadap kecanduan.

Tim reSET memikirkan dokter dan pasien saat merancang produk sehingga memungkinkan tenaga kesehatan melacak perawatan dan kemajuan pasien dengan mudah. Tampilan dashboard di aplikasi juga memberikan informasi tentang jumlah sesi pasien yang sudah dijalani, hasil skrining tentang kebutuhan obat, penggunaan zat, serta pemicu yang dapat dilaporkan oleh pasien.



LANGKAH KETIGA

Membangun Produk Tepat Guna Dengan Tim Kompeten di Balikinya

Produk yang kuat dan selalu dipakai oleh pengguna adalah produk yang bisa memenuhi kebutuhan pemakainya. Untuk itulah, produk harus dirancang dan dikembangkan oleh tim yang kompeten di bidangnya. Apalagi jika membicarakan startup kesehatan, maka para anggota tim harus berasal dari orang yang punya latar belakang teknis dan kesehatan.

Karena, kemampuan medis dan klinis yang kuat sangat dibutuhkan untuk bisa berhasil mengembangkan produk. Misalnya, kemampuan pemahaman tentang penyakit dan bagaimana cara pengobatannya. Atau contoh lain, harus ada talenta yang mampu menavigasi lanskap tentang perawatan di dunia kesehatan.

Contohnya DarioHealth, merupakan perusahaan manajemen kesehatan yang dipersonalisasi. Mereka memberdayakan orang untuk menavigasi perjalanan kesehatan dengan solusi berbasis data. Karena industri ini sangat erat kaitannya dengan kepatuhan terhadap regulator, maka mereka mempekerjakan mantan kepala regulasi dari perusahaan perawatan kesehatan global terkemuka. Tim lain juga terdiri dari software engineer dari perusahaan seperti Wix, Waze, dan getTaxi, yang semuanya memiliki keterampilan untuk menyajikan pengalaman pengguna yang kuat.



LANGKAH KEEMPAT

Dapat Dibuktikan

“Kepercayaan dalam bisnis adalah nomor satu.”

Kalau kamu pernah mendengar istilah tersebut, maka hal itu benar adanya. Dalam dunia industri kesehatan, kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk sangat penting nilainya.

Contoh sederhana, jika kamu menggunakan masker medis namun tidak memiliki izin edar dari Kementerian Kesehatan, apakah kamu masih tetap percaya untuk menggunakan produk tersebut? Karena produknya masih belum memiliki izin edar dan belum dibuktikan oleh regulator, maka bisa jadi akan muncul

keraguan terhadap kualitas produk tersebut.

Sehingga, langkah penting yang harus segera diambil saat kamu memiliki startup di bidang kesehatan adalah mendapatkan persetujuan dari regulator yang relevan. Misalnya, persetujuan produk yang menangani kesehatan, persetujuan hak paten terhadap alat temuan kesehatan, persetujuan rekomendasi dosis obat, dan lain-lain. Karena bagaimanapun, urusan kepatuhan terhadap regulasi akan sangat penting dan menyangkut sustainability dari perusahaan.

LANGKAH KELIMA

Mengembangkan Aset Inti dan Model Bisnis



Untuk bisa menciptakan keunggulan bisnis dan model bisnis yang dapat ditingkatkan skalanya, maka perusahaan harus bisa mengembangkan aset inti (core asset). Penelitian yang dilakukan oleh McKinsey terhadap aset inti dari perusahaan teknologi kesehatan, sebanyak 67% perusahaan menyebutkan bahwa aset inti mereka adalah solusi digital (contohnya aplikasi atau perangkat lunak). Sementara 20% lainnya melaporkan aset intinya berupa data atau perangkat keras.

Sementara itu, beberapa macam model bisnis pada *startup* di bidang kesehatan antara lain:

1. Terapi Digital Resep (*Prescription Digital Therapeutics/PDTs*)

Dokter yang memeriksa akan memberi resep obat yang nantinya akan dibayarkan oleh asuransi kesehatan yang dimiliki oleh pasien. Contoh *startup* yang menggunakan model bisnis PDTs adalah Pear Therapeutics dan Ieso Digital Health.

2. Pemberi Kerja Sebagai Pelanggan

Model bisnis ini akan tepat bagi perusahaan yang punya tujuan untuk meningkatkan produktivitas karyawan untuk pengobatan atau mengurangi biaya bagi para *leader*/pemberi kerja dengan asuransi pribadi. Pemberi kerja pada umumnya membayar biaya yang ditetapkan per bulan untuk setiap karyawan yang diikutkan dalam program kesehatan. Contoh *startup* yang menggunakan model bisnis ini adalah Hello Heart.

3. Pembayar Sebagai Pelanggan

Pembayar akan membayar biaya bulanan yang ditetapkan oleh perusahaan bagi setiap anggota pemegang polis asuransi yang menggunakan layanan *startup* atau perusahaan tersebut. Hapify Health menggunakan model bisnis ini.

4. Perusahaan Kesehatan Sebagai Pelanggan

Model bisnis ini dapat dilakukan dengan dua cara, yang pertama layanan ditawarkan kepada pasien secara gratis, kemudian dimonetisasi oleh perusahaan kesehatan atau farmasi yang membayar insight yang dihasilkan oleh data dari pasien. Cara yang kedua yakni melakukan pembayaran atas layanan yang meningkatkan keterlibatan pasien. uMotif menerapkan bisnis model ini.

5. Langsung ke Konsumen

Konsumen membayar sendiri biaya atas layanan yang didapatkannya. Tantangannya adalah tidak semua konsumen ingin melakukan hal ini. Sebab, konsumen pada umumnya enggan melakukan pembayaran tambahan selain biaya yang dibebankan atas asuransi kesehatan. Namun kelebihanannya, model bisnis ini bisa menjadi cara efektif untuk menguji produk baru dalam tempo waktu yang singkat. DarioHealth menggunakan model bisnis ini untuk memperpendek siklus penjualan serta dapat mengumpulkan data pengguna dengan cepat untuk pengembangan produk.

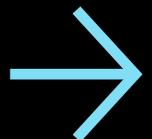


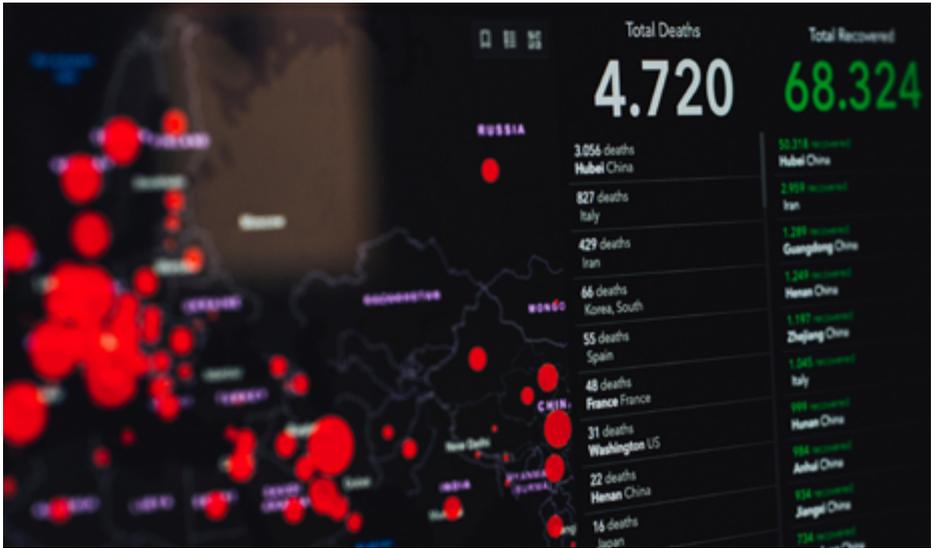
In-Depth

Tentang *Infodemic*: Pentingnya Memilih dan Memilah Informasi

Pandemi COVID-19 tidak hanya menimbulkan derita fisik bagi pasien, namun juga kelelahan mental. Sudah setengah tahun berjalan dan entah sampai kapan pandemi ini masih akan terus ada di muka bumi, maka sejauh itu pula upaya kita untuk terus berusaha melindungi diri baik secara fisik dan mental.

Berbicara tentang kewarasan mental, salah satu hal yang menyumbang kecemasan di masa pandemi adalah mengonsumsi informasi yang berlebihan. Baik itu informasi berupa fakta, opini, hingga berita hoaks. Untuk itu, demi menjaga kewarasan mental, kita bisa mengontrol informasi yang diterima. Tujuannya tentu saja untuk mendapatkan informasi yang valid, benar, dan dipercaya, sehingga kita bisa tetap berpikir jernih dan mengurangi kecemasan dalam berkegiatan.





Tindakan mengontrol diri untuk mengurangi kecemasan yang lain, ialah dengan menerapkan protokol kesehatan berupa 6M, yakni memakai masker dengan benar, mencuci tangan, menjaga jarak, mengurangi mobilitas, menjaga pola makan sehat dan istirahat cukup, serta menjauhi kerumunan.

Namun melawan pandemi tidak hanya sampai di situ saja. Kita juga harus proaktif untuk berperang melawan informasi yang salah. Termasuk berita yang tidak jelas sumbernya, berita hoaks yang mencampurkan fakta, rumor, dan berita palsu. Derasnya arus informasi di saat pandemi ini jika tidak disikapi dengan bijak dapat memberikan efek negatif bagi yang menerima dan membacanya.

Menurut WHO, fenomena ini dijelaskan sebagai *infodemic*. *Infodemic* ini merupakan jumlah informasi yang berlebihan, baik yang akurat maupun yang tidak akurat berkaitan dengan masalah yang biasanya menyebar dengan cepat, menyulitkan orang untuk menemukan sumber yang dapat dipercaya, serta membuat solusi lebih sulit untuk dicapai.

Tidak bisa diremehkan, *infodemic* ini sama berbahayanya dengan virus COVID-19. Berbagai informasi yang salah mengenai tindakan pencegahan yang keliru, misalnya pengobatan palsu seperti minum air hangat dengan irisan lemon atau alkohol yang dapat melawan virus COVID-19. Tidak hanya itu saja, terdapat konspirasi tentang beberapa negara yang dituduh membuat virus hingga menyalahkan teknologi 5G karena bisa mempercepat penyebaran penyakit. Sekilas berita konspirasi tersebut tidak masuk akal. Namun faktanya, banyak orang percaya karena belum mendapatkan edukasi informasi yang jelas mengenai sumber berita yang dapat diandalkan.

Banyaknya desas-desus, kabar burung, atau mitos yang beredar dapat memicu timbulnya kecemasan baik secara online atau offline. Bahkan yang lebih parah, *infodemic* dapat mengarah untuk menyerang sekelompok orang tertentu. Misalnya, kelompok orang yang berasal dari Cina atau Asia Timur mendapatkan hinaan bahkan perlakuan yang kurang baik akibat tersebarnya virus COVID-19 ini.

Agar kita semakin paham dan bisa membedakan informasi yang benar dan salah, berikut adalah pemisahan kategori informasi menurut profesor media Melissa Zimdars:

- ✗ Situs yang berisi berita palsu dan menyesatkan, biasanya dibagikan di media sosial dengan sumber berita yang tidak jelas.
- ✗ Situs yang dapat mengedarkan informasi menyesatkan dan atau berpotensi tidak dapat diandalkan kebenarannya.
- ✗ Situs yang terkadang menggunakan judul clickbait (meskipun tidak semua berita dengan judul clickbait mengandung informasi yang salah).
- ✗ Situs satire dan atau komedi yang berisi komentar kritis mengenai politik dan masyarakat.

Selain itu, artikel yang ditulis oleh Clair Wardle dalam *The Columbia Journalism Review* memberitakan mengenai tiga jenis berita palsu:

- ✗ Bahan otentik yang digunakan pada konteks yang salah.
- ✗ Situs berita palsu yang dibuat menyerupai atau terlihat seperti merek yang sudah dikenal.
- ✗ Konten yang dimanipulasi.

Pada umumnya, berita palsu di atas banyak sekali bertebaran di internet. Lebih lanjut, yang perlu diwaspadai, berita-berita palsu tersebut merupakan kombinasi dari beberapa jenis atau campuran dari kategori di atas.

Dikutip dari buku pegangan untuk pendidikan dan pelatihan jurnalisme “Jurnalisme, Berita Palsu, dan Disinformasi” dari UNESCO, sebagian besar berita palsu merupakan gabungan dari dua hal, yaitu misinformasi dan disinformasi. Misinformasi adalah informasi salah yang disebarkan oleh orang yang mempercayainya sebagai hal yang benar. Sedangkan disinformasi adalah informasi salah yang disebarkan oleh orang yang tahu bahwa informasi itu salah, dengan kata lain dilakukan secara sengaja oleh

orang yang memiliki tujuan buruk. Kategori lainnya adalah mal-informasi, yakni informasi yang berdasarkan realitas, tapi digunakan untuk merugikan orang, organisasi, atau negara lain.

Selain perbedaan dari ketiga jenis informasi yang salah di atas, ada kasus-kasus yang merupakan kombinasi dari misinformasi, disinformasi, dan atau mal-informasi. Untuk itu, penting sekali bagi kita untuk memahami perbedaannya karena penyelesaian masalahnya berbeda, tergantung dari karakteristik informasinya.



Memperkuat penegasan dari Melissa Zimdars dan Clair Wardle, berikut merupakan informasi yang perlu diwaspadai dan diteliti lebih lanjut, yang dilansir dari buku pegangan untuk pendidikan dan pelatihan jurnalisme “Jurnalisme, Berita Palsu, dan Disinformasi” oleh UNESCO:

1. Satire dan Parodi

Satire dan parodi bisa dianggap sebagai seni. Akan tetapi, dalam jurnalisme, saat informasi yang diterima dari media sosial terdapat unsur satire dan parodi, maka bisa memunculkan kebingungan bagi pembacanya.

2. Hubungan yang Salah

Contohnya adalah judul berita, gambar, serta keterangan yang tidak sesuai dengan konten yang ditampilkan. Misalnya berita dengan judul clickbait yang menarik perhatian orang yang sedang scrolling di media sosial, tanpa membaca beritanya secara utuh. Misalnya yang ditemukan di laman The Political Insider saat gambar dan keterangan yang digunakan tidak didukung dengan konten yang ada, sehingga memberikan kesan tertentu, menyesatkan, dan berpotensi menipu.

3. Konten yang Menyesatkan

Konten seperti ini bertujuan untuk mengemas isu atau subjek tertentu dengan cara memotong foto, memilih kutipan, atau statistik secara selektif.

4. Konteks yang Salah

Maksud dari konteks yang salah yaitu konten yang diedarkan kembali di luar konteks aslinya. Misalnya foto dari Vietnam yang diambil tahun 2007 dan diposting kembali tujuh tahun kemudian dengan keterangan foto gempa bumi Nepal tahun 2015.

5. Konten Tiruan

Seorang jurnalis yang tidak menaruh credit di bawah artikel yang ditulis, atau logo organisasi yang digunakan dalam video atau gambar yang dibuat, punya potensi untuk ditiru atau disalahgunakan oleh pihak lain.

6. Konten yang Dimanipulasi

Ini bisa terjadi saat konten asli diubah dalam bentuk lain dan digunakan untuk menipu.

7. Konten Rekaan

Jenis konten ini bisa berupa format teks seperti halaman berita yang sepenuhnya direkayasa, atau berbentuk visual seperti grafik yang diedit dan diberi keterangan yang tidak sesuai.

Siapa saja yang bisa mengakses internet pada dasarnya punya peran penting dalam melawan informasi yang keliru. Misalnya membuat video, lagu, atau informasi yang berupa pesan pencegahan dalam mengakses informasi di internet. Dengan ini, maka kebutuhan akan

informasi yang tepat waktu, terpercaya, dan bisa dipertanggungjawabkan juga sangat tinggi. Isu itulah yang coba dijawab oleh startup yang berfokus untuk melawan berita palsu, misinformasi, dan disinformasi.

Berikut adalah rangkumannya yang dikutip dari startup-insights.com

NewsCheck

Merupakan startup asal Amerika Serikat yang mengembangkan tinjauan konten dan penilaian platform. Cara kerjanya adalah dengan memeriksa ratusan kode etik untuk membangun NewsCheck Trust Index, yang merupakan daftar standar jurnalistik terpadu. Selain itu, kolaborasi antara tim serta mesin digunakan untuk verifikasi dan penilaian validasi terhadap berita secara transparan.

Defudger

Startup asal Denmark ini mengembangkan sistem tiga lapis untuk memverifikasi keaslian konten digital. Untuk bisa mendeteksi gambar dan video yang dimanipulasi hingga deepfake, sistem komputer memanfaatkan kecerdasan buatan. Selain itu, mereka juga memanfaatkan safe capture dalam database blockchain untuk memverifikasi keaslian.

Primas

Startup asal Singapura ini ingin meningkatkan kualitas konten daring menggunakan *Distributed Trusted Content Protocol* (DTCP), yang memanfaatkan *blockchain* guna menghasilkan metadata konten secara unik. Tidak hanya itu saja, sistem terdistribusi ini mampu melacak jaringan konten, merekam di *blockchain*, dan memberi penilaian terhadap kualitas konten. Beberapa jenis konten yang menjadi fokus dari Primas adalah berita palsu, plagiarisme, dan konten dengan kualitas rendah.

Setelah membaca informasi ini, maka diharapkan ke depannya kita semua akan lebih kritis dalam menyimak dan menelaah informasi yang ada di jaringan daring. Karena dengan lebih memahami perbedaan jenis konten dan cara dalam menangani informasi palsu, maka kamu turut berperan dalam menyebarkan konten yang dapat dipercaya dan mengurangi penyebaran berita palsu.

Feedback yang Buruk

FEEDBACK YANG BURUK



Iya, atasan memberi feedback bahwa kinerja timnya buruk. Namun, yang lebih buruk lagi adalah isi feedback dari atasan karena tidak menjelaskan alasan & cara meningkatkan kinerja dari anggota tim secara spesifik.

Bagaimana Merangkul Kedekatan dan Memberikan Kepercayaan pada Tim?



Merangkul kedekatan dan menanamkan kepercayaan erat kaitannya dengan budaya yang diciptakan *founder* saat bekerja. Jadi, kamu yang saat ini punya tanggung jawab sebagai *founder*, apakah sudah memikirkan dan merumuskan budaya yang cocok untuk *startup*mu?

Jika membahas tentang budaya *startup*, ini bisa menjadi tantangan baru karena konsep menciptakan budaya terkesan abstrak, tidak berwujud, dan tampaknya sulit didefinisikan. Membangun budaya kerja juga membutuhkan investasi waktu yang konsisten serta perlu kesabaran tinggi karena hasilnya tidak dapat dilihat dalam jangka waktu singkat.

Namun, jika dilihat kacamata yang lebih luas, budaya *startup* dalam konteks untuk merangkul kedekatan dan menanamkan kepercayaan tim, sebenarnya bisa didefinisikan dan diukur. Selain itu, merancang budaya *startup* secara serius sejak awal justru merupakan investasi paling baik demi kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan.

Jadi, bagaimana caramu bisa membangun kedekatan, merangkul, dan memberikan kepercayaan pada tim sehingga tujuan bersama lebih mudah dicapai?

Salah satu caranya dengan melakukan umpan balik pada tim setiap bulan. Komunikasi dua arah antara *leader* dengan anggota tim bertujuan untuk meningkatkan kepuasan kerja, komitmen untuk melakukan evaluasi secara cepat, dan menciptakan kedekatan interpersonal.



Lalu, seperti apa langkah taktisnya?



Sebagai *founder* atau *leader*, kamu bisa menanyakan beberapa pertanyaan berikut saat sesi umpan balik berlangsung:

- ☑ Apakah kamu merasa terdorong untuk menemukan cara baru atau cara yang lebih baik saat bekerja?
- ☑ Apakah pekerjaan ini memberi kepuasan atau pencapaian pribadi?
- ☑ Apakah kamu punya alat dan sumber daya untuk menyelesaikan pekerjaan? Apa yang perlu ditingkatkan?
- ☑ Apakah kamu merasa bahwa startup bisa memanfaatkan dan mengembangkan keterampilan serta kemampuanmu dengan baik?
- ☑ Bagaimana dengan formasi tim, apakah sudah lengkap? Keterampilan apa yang harus ditambahkan?
- ☑ Apakah menurutmu startup sudah melakukan komunikasi yang baik pada tim? Apa yang perlu ditingkatkan?
- ☑ Bagaimana saranmu tentang meningkatkan kinerja tim dan kinerja startup?
- ☑ Apakah kamu punya saran dan masukan tentang bagaimana saya (*leader*) ketika bekerja bersama tim?
- ☑ Apakah ada hal yang membuatmu merasa cemas atau tidak aman saat bekerja?
- ☑ Apakah kamu punya pengembangan pribadi atau rencana yang ingin direalisasikan?

Dari hasil wawancara yang dilakukan secara berkala tersebut, maka akan bisa diketahui skala atau pengukuran terhadap kedekatan dan kepercayaan dari anggota tim, baik itu kepada leader hingga perusahaan. Dengan melakukan

umpan balik pada tim secara rutin, maka anggota tim akan merasakan kedekatan interpersonal, lebih nyaman bekerja, merasa terbuka karena pendapat dan suaranya didengarkan oleh leader atau founder.

Tahukah Kamu?



Sering Dapat Tawaran Pinjaman Lewat SMS?

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memastikan terkait tawaran pinjaman online (pinjol) yang kerap masuk baik lewat SMS atau pesan pesan WhatsApp (WA) merupakan **pinjol ilegal**

Apa yang harus dilakukan?

-  **Hapus pesan** berisi tawaran pinjaman ✓
-  **Pesan tidak perlu** dibalas ✓
-  **Blokir** nomor telepon ✓
-  **Cek legalitas pinjol ke OJK** sebelum mengajukan pinjaman ✓
-  **Legalitas pinjol dapat diakses** melalui kontak OJK ✓

 **Nomor 157**

 **WA 081157157157**

 **Konsumen@ojk.go.id**

 **www.ojk.go.id**



PENTING!



Fintech lending legal atau yang terdaftar di OJK **dilarang** melakukan pemasaran produk melalui pesan singkat tanpa persetujuan dari konsumen



Data terbaru, kini hanya **125 fintech lending** terdaftar dan memiliki izin OJK

OJK 25-06-2021

 IndonesiaBaik.id  IndonesiaBaikID

Riset Rosi Okt. Grafis Ananda S.



<http://indonesiabaik.id/infografis/sering-dapat-tawaran-pinjaman-lewat-sms>



In-Depth

Mitos, Fakta, dan Pertimbangan Penting saat Membuat MVP

Sekelompok anak muda membahas dan berdebat tentang ide *startup* serta rencana apa yang harus mereka eksekusi ke dalam MVP. Menimbang banyak hal dan memutuskan, fitur apa yang paling baik untuk dimasukkan ke produk, fitur mana yang tidak perlu dimasukkan, hingga menghabiskan berminggu-minggu bahkan berbulan-bulan. Familiar dengan situasi seperti ini?

Kondisi di atas umum terjadi saat *startup* memasuki fase membangun MVP. Namun, apakah mereka sebenarnya sudah mengetahui dan memahami tentang MVP? Seringkali, *startup* terjebak dalam mitos tentang MVP seperti:

- ✗ MVP adalah produk dengan separuh fitur yang dihilangkan
- ✗ Membuat MVP hanya dilakukan sekali

Padahal, faktanya:

- ☑ MVP tidak harus berupa produk
- ☑ MVP adalah iterasi, proses yang dilakukan berulang

Ya, MVP adalah proses yang dilakukan berulang-ulang hingga tercapai sebuah hasil yang bisa digunakan oleh calon pelanggan. Dilansir dari ycombinator.com, berikut adalah beberapa pertanyaan yang layak dipertimbangkan saat membangun MVP:

#1

Identifikasi asumsi yang paling berisiko.

#2

Temukan eksperimen terkecil dan paling minimal untuk diupayakan untuk menguji asumsi tersebut.

#3

Gunakan hasil eksperimen untuk mengoreksi.

#4

Ulangi lagi ke langkah pertama.

Saat kamu membangun produk atau layanan, pasti akan ada banyak asumsi. Misalnya, kamu berasumsi sudah mengetahui apa saja yang dicari oleh pengguna, seperti apa desain yang tepat, bagaimana pemasaran dijalankan, model bisnis apa yang paling cocok, dan lain-lain. Masalahnya, kamu tidak tahu asumsi mana yang salah, dan mana yang benar. Lantas, bagaimana cara mengetahuinya?

Ujilah asumsi dengan menempatkan produkmu di depan pengguna secepat mungkin. Dengan ini, kamu akan tahu mana yang harus dikoreksi, mana yang harus dicoret dari daftar, dan mana yang perlu ditambahkan. Ini proses yang sangat berharga, yaitu mendapatkan umpan balik tentang produkmu dari pengguna secepat mungkin.

Proses ini tidak dilakukan sekali, melainkan berulang-ulang. Akan ada banyak sekali percobaan dan kesalahan yang dilakukan, tetapi itu wajar.

Sekali lagi, MVP lebih tepatnya bukan merupakan sebuah produk, melainkan sebuah proses. Kita akan menyebut hal ini dengan pendekatan MVP as a process. Mari lanjut ke contoh, ya.

Sebuah tim ingin membuat produk yang pelanggannya adalah pemilik restoran. Nantinya produk tersebut bisa jadi berupa mobile apps dengan beberapa fitur seperti kalender, galeri foto, fitur chat, ulasan restoran, sinkronisasi ke media sosial, fitur pemesanan yang mudah, kupon diskon, dan lain-lain.

Lalu, kira-kira seperti apa MVP yang harus mereka buat?

Menggunakan pendekatan MVP *as a process*, berikut adalah tahapannya:

#1

Identifikasi apa saja asumsi yang paling berisiko?

#2

Apa saja eksperimen terkecil dan paling minimal untuk menguji asumsi tersebut?

Katakanlah asumsi paling berisiko adalah pemilik restoran ingin membuat mobile apps, sehingga MVPnya mungkin seperti mock up dari mobile apps. Kemudian, para anggota tim turun ke lapangan untuk melakukan riset dan mewawancarai pemilik restoran, mereka menanyakan beberapa pertanyaan seperti berikut:

- ☑ Apakah restoran mereka sudah punya mobile apps?
- ☑ Apakah mereka orang-orang yang melek dengan teknologi?
- ☑ Apakah mereka terbiasa menggunakan mobile apps di gawainya?
- ☑ Seberapa besar mereka menginginkan restorannya punya mobile apps sendiri?
- ☑ Apa saja masalah yang pemilik restoran hadapi dan bisa diselesaikan dengan keberadaan mobile apps buatanmu?

Kamu juga bisa menunjukkan mock up yang sudah kamu buat secara sederhana, dan peragakan apakah hal tersebut bisa menjadi solusi yang tepat untuk masalah yang mereka hadapi.

Setelah melakukan riset di lapangan, kamu dan anggota tim mendapatkan fakta bahwa ternyata para pemilik restoran tidak punya minat besar untuk memiliki mobile apps yang

dapat mendukung operasional restoran. Berita buruknya, mungkin kamu dan tim akan kecewa. Namun, kabar baiknya, kamu tidak perlu membuang waktu terlalu lama untuk melakukan pengembangan produk dan penambahan fitur yang tidak perlu. Di sisi lain, kamu mendapatkan fakta bahwa para pemilik restoran yang tidak tertarik pada mobile apps, justru tertarik pada situs yang desainnya sederhana dan mudah digunakan. Voila!

Eksperimen sudah dilakukan dan kamu mendapatkan validasinya. Bukankah ini sebuah kemajuan?

Tapi, jalan masih panjang. Proses membangun MVP belum selesai. Kamu harus mengulangi tahapan MVP *as a process* untuk membangun MVP dari data eksperimen yang paling baru.

#1

Identifikasi apa saja asumsi yang paling berisiko?

#2

Apa saja eksperimen terkecil dan paling minimal untuk menguji asumsi tersebut?

Asumsi berikutnya mungkin adalah pembuatan static website untuk beberapa pemilik restoran yang menyatakan minatnya serta melihat respon mereka.

- Apakah situs seperti ini yang mereka inginkan?
- Menurut mereka, apa yang seharusnya ada dalam situs tersebut?
- Berapa rupiah yang akan mereka bayar untuk menggunakan situs tersebut?

Dan beberapa pertanyaan lain untuk uji asumsi yang dapat kamu klarifikasi langsung ke para pemilik restoran.

Dari riset, para pemilik restoran bersedia membayar situs tersebut dengan mekanisme pembayaran beberapa bulan layanan dengan metode transfer otomatis (ini sekaligus memastikan kamu tidak membuang waktu untuk membuat sistem penagihan), kemudian membuatkan situs untuk mereka.

Tanyakan kembali, apa saja eksperimen terkecil dan paling minimal untuk menguji asumsi tersebut?

MVP mu mungkin adalah landing page yang menjelaskan apa yang akan kamu tawarkan ke pelanggan, menunjukkan mock up situs

sebelumnya, dan membuat kolom pengisian alamat alamat e-mail pelanggan untuk pemberitahuan tentang update selanjutnya jika kamu sudah meluncurkan produk dalam versi beta. Kemudian kamu bisa memasang iklan sebagai pemasaran agar trafik landing page bisa diakses sesuai dengan target pelanggan yang tepat. Secara singkat, inilah proses MVP. Jangan lupa untuk selalu menguji MVPmu menggunakan pertimbangan dua pertimbangan penting di atas dan menggunakan metode MVP *as a process* untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

3 Jalur Karier di Industri Teknologi, Mana Paling Cocok Untukmu?



Founder



Kelebihan

- Bisa mengerjakan sesuatu yang disukai
- Karena punya tanggung jawab yang tinggi, bisa berdampak pada peningkatan produktivitas yang juga tinggi
- Dapat memilih dan menyusun tim kerja sendiri
- Pada umumnya punya keterampilan untuk bisa belajar hal baru dengan cepat dan dapat beradaptasi dengan situasi dengan cepat

Tantangan

- Rawan stres
- Bertanggung jawab atas 'kehidupan' banyak orang
- Saat memulai rasanya sangat berat, terutama dari segi finansial, keterampilan, atau koneksi yang harus dibangun
- Untuk bisa *scale up* butuh komitmen tinggi ditambah kesabaran akan waktu

Saran untuk orang yang ingin memilih karier sebagai *founder*:

- Mengidentifikasi orang yang punya potensi untuk diajak kerja sama sebagai anggota tim
- Mempelajari rencana keuangan. Kemudian cek untuk sumber modal awal, apakah bisa *bootstrapping*. Atau misal, apakah kamu memiliki teman atau keluarga yang bisa mendukung untuk pendanaan awal, dan lain-lain.
- Identifikasi permasalahan utama dan solusi yang bisa ditawarkan

Eksekutif

(Jabatan seperti manajer senior atau lebih tinggi di perusahaan besar.)



Kelebihan

- Pendapatan stabil
- Terkesan memiliki tingkat wibawa yang tinggi (tingkat prestise hanya bisa didapatkan jika *founder* tergolong sangat sukses)
- Punya peluang lebih besar untuk memberikan dampak lebih (mengingat startup punya kemungkinan untuk gagal)
- Tidak perlu membangun tim dan mendapatkan pendanaan awal saat memulai

Tantangan

- Menaiki tangga karier butuh komitmen tinggi, pada umumnya juga berurusan dengan politik kantor
- Kesuksesan dapat dihalangi oleh orang lain yang ada dalam organisasi
- Membutuhkan waktu lama untuk bisa sukses dan juga naik jabatan

Saran untuk orang yang ingin memilih karier sebagai eksekutif:

- Pilihan pertama, pilih perusahaan yang berkembang dan tumbuh dengan cepat. Apabila berhasil bergabung dengan perusahaan lebih awal, maka akan lebih banyak peluang untukmu bisa mendapatkan tanggung jawab lebih seiring dengan berkembangnya perusahaan.

Misalnya, kamu berhasil bergabung dengan 100 orang karyawan di saat awal berkembangnya Facebook serta bekerja selama sepuluh tahun, maka peluang untuk bisa menjadi eksekutif akan lebih besar. Namun tentu saja tidak mudah untuk memberikan kepercayaan kita terhadap perusahaan yang mungkin baru berdiri dan belum bisa diprediksi apakah sampai sepuluh tahun ke depan dan seterusnya akan masih tetap tumbuh.

- Pilihan kedua, bekerja di perusahaan yang lebih stabil. Biasanya orang-orang yang berhasil menduduki posisi eksekutif adalah mereka yang berpindah pekerjaan secara diagonal (naik jenjang karier) di antara beberapa perusahaan stabil lainnya. Contohnya, kamu mulai magang di Google, kemudian bekerja di tempat yang sama, berpindah ke Dropbox sebagai pemimpin tim, dan berpindah lagi ke perusahaan lain ke jenjang yang lebih tinggi.

Karyawan

(Staf atau manajer kelas menengah.)



Kelebihan

- Pendapatan stabil
- Melakukan pekerjaan teknis lebih banyak, namun frekuensi rapat tidak terlalu sering
- Seringkali dekat dengan pelanggan akhir
- Mengatur jam kerja atau *work life balance* dengan lebih fleksibel

Tantangan

- Seberapa banyak jumlah pekerjaan sangat dipengaruhi oleh kualitas manajemen di kantor
- Kurang memiliki kendali atas apa yang dikerjakan
- Memiliki sedikit peluang untuk memberikan pendapat hingga mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan
- Jika tidak berusaha meningkatkan keterampilan dan kinerja yang menurun, maka peluang untuk dicoret dari daftar karyawan akan lebih besar

Saran untuk orang yang ingin memilih karier sebagai karyawan:

- Sebagian besar memiliki pola yang sama seperti karier sebagai eksekutif. Karena dengan menjadi karyawan, maka kamu memiliki pilihan untuk bergabung dengan perusahaan yang masih berkembang, atau yang lebih stabil.

Dari ketiga peran dan pilihan jalur karier sebagai founder, eksekutif, atau karyawan, apa pun yang nantinya kamu pilih dan jalani, lakukan dengan sebaik mungkin. Karena setiap hal yang dilakukan dengan penuh tanggung jawab, akan memberikan dampak yang besar, baik itu untuk pengembangan diri, jenjang karier yang lebih baik, hingga memberikan manfaat bagi banyak orang.

Profil Startup

Feedloop: Bantu Bisnis untuk Bertransformasi Digital



ELEVATOR PITCH

Feedloop menyediakan *software* sebagai *building blocks* untuk mendigitalisasi kebutuhan operasional dari *enterprise*.

VISION

Menjadi *operating system* untuk bisnis dan usaha

FOUNDER

Ahmad Rizqi Meydiarso, M. Ajie Santika, Ronaldi Kurniawan Saphala

DIDIRIKAN

Desember
2018

INDUSTRI

Enterprise
SaaS

JUMLAH TIM

40 orang

FASE PENDANAAN

Pre-Series A

Narasumber profil *startup* kali ini adalah salah satu *founder* dari Feedloop, yakni **Ahmad Rizqi Meydiarso**.

Pada mulanya, bagaimana cerita latar belakang dalam membuat Feedloop?

Saya bergelut di bidang *startup* sejak akhir tahun 2015. Waktu itu saya masih tinggal di Jerman dan bekerja selama enam tahun di perusahaan pesawat terbang Airbus. Saat itu saya bekerja sebagai *System Engineer* dan *Architect*. Pada akhir tahun 2015, saya memutuskan untuk pulang ke Indonesia setelah diajak oleh teman saya, Irzan Raditya, untuk turut mendirikan *startup*nya yang saat itu bernama YesBoss. Singkat cerita, saya bergabung dan membangun Tim Teknologi dari Yesboss, yakni sebuah *startup* virtual assistant yang dapat membantu pelanggan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan melalui chat.

Namun, sangat disayangkan perjalanan Yesboss cukup singkat dikarenakan tingginya biaya operasional dari layanan tersebut. Akhirnya kami pivot *startup* tersebut menjadi Kata.ai, sebuah platform yang menyediakan chatbot untuk membantu berbagai bisnis menyediakan layanan chat kepada pelanggannya.

Di tahun 2018, saya berkontemplasi akan apa yang sebenarnya ingin saya lakukan kedepannya, sembari merencanakan untuk pulang ke Jerman. Waktu itu saya bertemu dengan Co-Founder saya, Ajie, seorang teman lama sejak jenjang SMP ketika di Bandung yang juga seorang

certified coach. Dari proses coaching itu terbuka lah mata saya tentang sense of mission saya yang ingin membangun sebuah perusahaan berbasis teknologi yang membantu bisnis layaknya Salesforce dan SAP dari Indonesia. Dengan harapan suatu saat dapat berkontribusi secara devisa kepada negeri ini. Di situ saya mendapatkan pencerahan bahwa perusahaan yang saya ingin bangun adalah sebuah business

enabler. Mungkin juga dikarenakan sebelumnya saya selalu berkitik di bidang tech-platform saat bekerja di Airbus dan Kata.ai.

Saat itu saya memutuskan mengajak Ajie yang sebelumnya berpengalaman mendirikan beberapa perusahaan Game Studio, dan Ronaldi yang sedang bekerja di Gojek sebagai Co-founder untuk membangun Feedloop.

Apa visi yang ingin dicapai oleh Feedloop?

Ketika masih sekolah dulu, saya suka berkhayal dan entah kenapa saya suka berkhayal menjadi pimpinan dari sebuah perusahaan yang menyaingi Microsoft & SAP. Entah bagaimana hal itu terpatri di benak saya, bahwa tujuan hidup saya adalah membangun sebuah perusahaan seperti dua perusahaan tersebut, tepatnya sebuah enterprise enabler.

Memang mungkin jaman sekarang di Indonesia ini belum sexy, walaupun begitu saya sangat

determined dan yakin bahwa membangun software giant berbasis di Indonesia adalah hal yang mungkin dilakukan.

Visi dari Feedloop sendiri adalah menyediakan building blocks berupa sistem operasi yang diperuntukkan bagi semua kebutuhan bisnis yang extensible dan scalable sehingga dapat membantu perkembangan bisnis dari level menengah hingga skala pemain global.



Sebelum membuat *startup*, apa pekerjaan/ kegiatan Anda sebelumnya? Mengapa memutuskan untuk membuat *startup*?

Saya berdomisili di Jerman sejak duduk di bangku SMP. Dari kelas sembilan, saya sudah menggeluti bidang *programming* secara otodidak dan merilis beberapa *software open-source* dan bekerja lepasan untuk perusahaan *startup* Amerika. Ketika menempuh pendidikan SMA, saya mengikuti program kuliah dini dan mendapatkan beasiswa dari Airbus. Dalam program tersebut, saya berkuliah dan bekerja silang setiap tiga bulan sekali. Di sana saya terpapar dengan sistem elektronika kabin dan kokpit. Setelah lulus kuliah, saya lanjut bekerja di Toulouse, Perancis, di bidang Avionics System dan Airforce Base di Manching, sebuah kotamadya dekat Munich di departemen untuk simulasi dari pesawat tempur Eurofighter.

Waktu itu saya cukup merindukan bekerja di *startup*, karena pace bekerja di perusahaan pesawat terbang seperti Airbus tidak begitu cepat. Bayangkan, pesawat baru hanya dirancang sekitar lima tahun sekali. Dan memang dari kecil, saya memiliki impian untuk mendirikan perusahaan sendiri. Sewaktu teman saya, Irzan, yang berdomisili di Berlin mengajak saya untuk mendirikan *startup*, saya tertarik melihat ekosistem *startup* di Jakarta yang sudah mulai terbentuk. Di sana lah saya bertekad untuk kembali ke Indonesia, meskipun orang tua sempat tidak setuju, terutama Ibu saya yang cukup bangga anaknya bekerja di Airbus.

Apa tantangan terbesar yang dihadapi saat tahun pertama merintis Feedloop? Apakah tantangan tersebut sudah diprediksi sebelumnya, atau di luar prediksi?

Feedloop merupakan *startup* kedua saya setelah YesBoss/Kata.ai. Sewaktu di Kata.ai, saya memegang peran sebagai *Chief Technology Officer* (CTO) yang perannya cukup berbeda dengan CEO. Hal itu juga berarti cita-cita saya yang cukup besar tidak bisa langsung serta-merta direalisasikan. Jadi memang di awal saya cukup *struggling* to get off the ground.

Awal-awal mendirikan Feedloop, kami cukup *struggling* untuk mencari celah dimana harus memulai. Karena walaupun cita-cita kami ingin



menjadi *end-to-end enabler* untuk perusahaan, kami harus mulai dengan sebuah produk yang dapat menjawab kebutuhan pelanggan yang urgent dan paling menantang.

Jadi kami memulai dengan sebuah *product feedback analytics*. Salah satu tantangan bagi kami adalah bagaimana caranya merilis MVP (*Minimum Viable Product*) dengan cepat. Membuat *software* bagi B2B itu cukup menantang karena hasilnya mungkin tidak dapat langsung terlihat, serta membutuhkan waktu untuk menyiapkan fitur yang dapat memuaskan kebutuhan bisnis yang menggunakan jasa kami. Selain itu, karena tidak bisa langsung dijual, cukup berat bagi kami untuk mempertahankan moral dari tim. Sampai akhirnya, di awal tahun

2020 kami hampir kehabisa dana dan pemasukan bisnis juga belum ada.

Waktu itu saya cukup stres karena untuk mendapatkan pendanaan tambahan, kami belum memiliki *traction* yang memadai. Memutar otak, saya kebetulan bertemu dengan Managing Director Accenture yang dulu sempat bekerja bersama di suatu proyek ketika masih di Kata.ai. Kebetulan dia ingin membuat sebuah *product customer analytics* yang mirip dengan produk yang sedang kami bangun. Akhirnya Accenture memberikan *Feedloop* pendanaan untuk mengerjakan produk tersebut. Di Q4 2020 kami sudah bisa *go-to-market*, lambat laun mendapatkan semakin banyak pelanggan, dan revenuenya pun melonjak.

Bagaimana perkembangan Feedloop saat ini? Apa yang sedang fokus dikerjakan Feedloop sekarang?

Di akhir tahun 2020 dan awal 2021 ini perkembangan kami cukup pesat. Saat ini kami memiliki 40+ karyawan dan belasan pelanggan dengan kondisi keuangan yang cukup sehat, karena kami bisa mendapatkan *revenue* dan lini bisnis B2B tidak memakan biaya *marketing* yang tinggi. Sebenarnya kami bisa sangat *profitable* namun kami memilih untuk *reinvesting revenue* yang didapatkan untuk menambah jumlah tim dan terus memperbaiki produk.

Kami memiliki 2 produk, yakni *Customer Analytics Software* yang bernama *Accenture Intelligent Experience Platform (AIXP)*, sebuah *Co-Product* dengan Accenture seperti yang saya sebutkan sebelumnya. Produk tersebut memberikan bisnis sebuah *visibility* tentang perilaku konsumen

selama berinteraksi dengan bisnis tersebut dan wawasan tentang apa yang bisa dilakukan untuk meningkatkan *customer experience*. Selain itu, produk tersebut mengotomasi interaksi bisnis dengan customer seperti mengirim *email/sms/push notification* secara otomatis.

Selain itu kami memiliki sebuah *Application Platform* yang bernama *Qore*, sebuah platform yang memudahkan perusahaan membuat aplikasi bisnis internal untuk mendigitalisasi proses-proses yang sebelumnya manual. Dengan platform ini, bisnis bisa mengorganisir dan mengintegrasikan data-data mereka dan juga membuat aplikasi dengan *application builder* kita secara mudah dan *agile*.



Visi dari Feedloop sendiri adalah menyediakan *building blocks* berupa sistem operasi yang diperuntukkan bagi semua kebutuhan bisnis yang *extensible* dan *scalable* sehingga dapat membantu perkembangan bisnis dari level menengah hingga skala pemain global.

”

Apa keunikan utama yang ditawarkan Feedloop bagi penggunanya?

Kami satu-satunya perusahaan lokal Indonesia yang menyediakan perangkat lunak di kategori ini. Karena masih jarang startup Indonesia yang bergerak di teknologi perangkat lunak seperti kami. Selain itu, sejak pandemi COVID-19, kebutuhan-kebutuhan perusahaan di Indonesia akan digitalisasi semakin tinggi dan menyebabkan urgensi untuk beralih ke *digital channels* semakin besar. Untuk itu, mereka membutuhkan solusi-solusi yang dapat

membantu mereka cepat mengimplementasikan aplikasi baik internal maupun eksternal, serta untuk mengerti kebutuhan user mereka.

Membuat *platform* seperti yang kami punya cukup menantang dan membutuhkan *know-how* dan investasi *engineering* yang besar. Oleh karena itu, produk kami tidak mudah untuk direplikasi dan ini merupakan suatu keunggulan yang kami miliki.



Apa hal yang paling berpengaruh besar pada pertumbuhan Feedloop?

Karena kami adalah sebuah startup B2B, reputasi adalah aset utama bagi kami. Dengan mendapatkan kepercayaan dari perusahaan perusahaan besar dan memastikan penyampaian produk kami sesuai atau bahkan melampaui ekspektasi klien, kami bisa memperbesar

account-account kami sehingga tidak hanya menaikkan pendapatan dari klien yang sudah ada, namun juga mendapat kepercayaan dari klien-klien besar lainnya. Sehingga semakin lama Feedloop berdiri, semakin mature produk kami dan lebih mudah mendapatkan klien baru.

Apa pencapaian terbesar yang pernah diraih Feedloop?

Pencapaian terbesar kami saat ini adalah klien dari luar Indonesia pertama yaitu Accenture Singapore, dan mereka bilang bahwa mereka sangat terkesan dengan *engineering quality* dari Feedloop.

Apa prioritas utama dari Feedloop dalam 2 tahun mendatang?

Yang pasti kami akan melanjutkan pengembangan dari produk-produk kami, sehingga kualitasnya lebih *mature*, dan membangun kanal distribusi atas produk kami. Salah satu cita-cita kami juga untuk masuk ke Gartner Cool Vendor list dan membangun beberapa *early customer* dari luar negeri.



Bagikan cerita merintis *startup*mu di Rintisan!

Kami mencari cerita dari kamu para perintis *startup* di berbagai daerah di Indonesia. Cerita terpilih akan kami angkat dalam buku saku Rintisan dan media sosial dari #1000StartupDigital. Adapun tema yang kami cari adalah:

- Apa permasalahan di daerahmu yang sedang kamu coba pecahkan melalui *startup*?
- Apa tantangan terbesar atau perjuangan kamu saat membuat *startup*?
- Bagaimana perjalanan kamu dalam membuat *startup* atau mengikuti program #1000*startup*digital?
- Apa pelajaran berharga yang kamu dapatkan selama membangun *startup*?
- Bagaimana keseharianmu dalam membangun *startup*?

Cerita yang kamu kirimkan akan direview oleh tim #1000StartupDigital. Jika ceritamu terpilih, kami akan mengontak untuk menggali lebih dalam ceritamu melalui email atau Whatsapp yang kamu cantumkan.



Untuk membaca
buku saku Rintisan
selengkapnya, akses di:

<https://1000startupdigital.id/bukusaku-rintisan>

APA YANG HARUS DILAKUKAN JIKA DATA BOCOR DI INTERNET?

Baru-baru ini kita dengar kabar kebocoran data dari pengelola data di Indonesia. Bagaimana upaya kita agar tetap aman?



Ganti *password*/PIN secara berkala

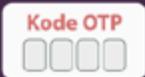
- Email
- Media cloud
- Media sosial
- Aplikasi layanan
- ATM/Internet banking



Kombinasikan *password* antara huruf kecil, angka, dan kapital



Jangan gunakan *password* dengan data lahir, no KTP hingga NIK



Aktifkan *two faktor authentication* (TFA)



PENTING!



Jangan pernah menunjukkan data pribadi, seperti e-mail, kode OTP dan *password*, kepada siapapun



Hindari penggunaan koneksi internet wireless (Wi-Fi) di sembarang tempat



Tidak membuka tautan (link) mencurigakan di dalam e-mail, SMS, atau kanal lain



Kemkominfo 25-05-2021

indonesiabaik.id indonesiabaikid

Riset OS Grafis Ndo



Profil Komunitas

Rumah Millennials: Muda dan Berdaya



VISI

Home of Inspiring,
Impactful & Meaningful
Indonesian Youth

MISI

- Menstimulasi generasi muda untuk lebih aktif, optimis dan kontributif dalam mengambil peran untuk lingkungan sekitar.
- Menghadirkan sosok generasi muda berprestasi agar menjadi teladan dan contoh bagi anak muda lainnya.
- Mempertemukan generasi muda lintas bidang untuk saling melengkapi dan berkontribusi bersama demi banyak kebaikan.

FOUNDER

Taufan Teguh Akbari

FOKUS UTAMA

Kepemudaan, Kepemimpinan,
Jejaring dan Berkolaborasi.

MOTTO

Berdaya, Berkarya, Bermakna

DIDIRIKAN PADA

Jakarta, 22 Juli 2017

INSTAGRAM

@rumah.millennials

WEBSITE

rumahmillennials.com

JUMLAH PENGURUS AKTIF

30 orang

JUMLAH MEMBER

>200 orang

Bagaimana latar belakang Rumah Millennials didirikan? Apa saja rintangan yang dihadapi dan bagaimana menyikapinya?

Berawal dari sebuah stigma mengenai krisis generasi “Millennials” yang kerap dianggap sebelah mata, padahal nyatanya mereka memiliki banyak potensi untuk menciptakan berbagai karya. Tujuan dari Rumah Millennials (RM) adalah untuk mewadahi generasi millennials dari berbagai latar belakang yang memiliki karya-karya positif dengan memberikan berbagai referensi dan berperan sebagai kolaborator pemuda-pemudi lintas bidang untuk fokus terhadap pengembangan karakter. Di sini mereka juga bisa memperluas jaringan kolaborasi pemuda/i pentahelix. Pentahelix ini adalah pemuda/i dari berbagai bidang keahlian maupun profesi. Salah satu peran dari RM adalah merancang program

Pentahelix Strategic Partner, jadi nantinya kami akan membuka kolaborasi dengan banyak pihak dari berbagai bidang, namun program ini tidak menganut unsur promosi diri atau kampanye politik, karena landasan komunitas kami adalah netral dan independen.

Rintangan yang kami hadapi awal-awal, karena anggota kami bersifat relawan, jadi banyak anggota yang keluar-masuk, istilahnya jadi seperti pengurus harian saja. Cara menyikapinya, ya, dengan memiliki nilai kekeluargaan, jadi kami selalu terbuka kepada siapapun untuk berkontribusi, agar kami saling berdaya, berkarya dan bermakna untuk Indonesia yang lebih baik

Apa visi yang ingin dicapai Rumah Millennials? Lalu menurut Anda, faktor apa saja yang membuat RM bisa terus berkembang hingga saat ini?

Visi kami adalah *Home of Inspiring, Impactful & Meaningful Indonesian Youth*. Dan untuk mencapai hal tersebut, kami melakukan tiga hal, yakni menstimulasi generasi muda untuk lebih aktif, optimis dan berkontributif dalam mengambil peran untuk lingkungan sekitar. Kedua, kami berusaha menghadirkan sosok generasi muda berprestasi agar menjadi teladan dan contoh

bagi anak muda lainnya. Yang terakhir, kami mempertemukan generasi muda lintas bidang untuk saling melengkapi dan berkontribusi bersama demi banyak kebaikan.

Faktor pendukung yang membuat RM terus berkembang karena komunitas kami dibangun dari asas kekeluargaan dan rasa toleransi yang besar dalam berjejaring serta berkolaborasi.



Siapa saja yang ditargetkan untuk bergabung dalam jejaring Rumah Millennials? Lalu apa daya tarik komunitas Rumah Millennials yang membuat banyak pemuda/i ingin bergabung di dalamnya?

Generasi yang ditargetkan untuk bergabung dengan RM ada 2, yaitu Generasi Z yang berusia 15-20 tahun, dan Millennials dengan rentang usia 20-35 tahun. Sedangkan daya tarik yang kami cerminkan adalah, kami menyelenggarakan program dan menyediakan wadah bagi mereka yang mau menggali potensi diri agar dapat berdaya, berkarya dan bermakna untuk diri sendiri dan masyarakat.

Apa saja program yang sedang dijalankan oleh Rumah Millennials dan boleh dijelaskan apa objektif dari program-program tersebut? Lalu saat ini ada berapa jumlah anggota dari RM, apakah ada kesulitan dalam me-maintain tim tersebut?

Rumah Millennials Campus Network

Merupakan program pemberdayaan para pemuda/i *millennials* ataupun Gen-Z yang masih duduk dibangku SMA atau kuliah, agar mereka dapat meningkatkan soft-skills serta memperbanyak pengalaman. Nantinya para peserta juga akan kami libatkan dalam kegiatan-kegiatan RM, turun langsung dalam penyusunan program kegiatan RM, serta berkesempatan menjadi calon pengurus RM kedepannya.

Rumah Millennials Regional

Sebuah program pemberdayaan dan peningkatan kualitas para pemuda/i yang ada di setiap daerah Indonesia. RM bercita-cita nantinya dari Sabang sampai Merauke akan ada perpanjangan dari RM yaitu RMR (Rumah Millennials Regional) agar bisa saling bersinergi dan fokus untuk mengembangkan potensi dari setiap pemuda/i yang ada di daerah dengan bantuan dari RM Pusat.

M-talks (Millennials Talks)

Ini merupakan talkshow online/offline dengan narasumber yang profesional dan ahli di bidangnya. Program ini fokus untuk mengembangkan kompetensi *soft skill/hard skill* pemuda/i di Indonesia.

MPD (Millennials Professional Development)

Kegiatan yang sistemnya hampir mirip dengan M-Talks, namun program ini ditujukan untuk mengembangkan skills dari anggota RM (pengurus, RMCN, dan RMR).

MDO (Millennials Day Out)

Kegiatan ini bertujuan untuk mempererat tali silaturahmi antar anggota internal RM, kegiatannya antara lain hangout dan outing. Namun terkadang kami juga membuka acara ini untuk publik.

Saat ini pengurus aktif RM Pusat ada 30 orang, 35 Ketua Bidang dan Board Of Advisors, selain itu juga ada pengurus RM Campus Network dan RM Regional. Kesulitan membangun komunitas pasti ada, tapi kita terus berupaya untuk menjalin komunikasi dengan baik, bahu-

membahu menyelesaikan masalah yang ada, dan menjalankan program yang sudah terencana dengan baik. Tidak ada paksaan di dalam RM, semua berbasis kekeluargaan, netral serta independen.

Apa rencana program kedepannya yang ingin dijalankan? Lalu kalau waktu bisa diulang kembali, kira-kira apa yang ingin dilakukan oleh RM?

Rencana kedepannya kami akan fokus untuk pembentukan dan pembinaan jejaring pemuda/i di setiap daerah di Indonesia (Rumah Millennials Regional Network). Kami juga akan fokus dalam upaya pembentukan dan pembinaan masyarakat yang masih berusia muda (generasi Millennials dan Gen-Z) khususnya mereka yang masih duduk di bangku SMA atau sedang kuliah (Rumah Millennials Campus Network). Seandainya waktu bisa diulang kembali, kami ingin memperluas jaringan agar program-program dari RM dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat di Indonesia.



Direktori *Startup* Kesehatan Inspiratif



Temukan inspirasi inovasi di sini.



MindCotine

mindcotine.com

Terapi canggih untuk para perokok aktif

Bagi perokok aktif yang memiliki keinginan untuk berhenti, MindCotine memberikan solusi berbasis seluler yang menggabungkan *virtual reality*, terapi psikologis, dan pusat kontrol 24/7 dengan psikolog. Sebagai pioneer dalam dunia kesehatan yang menggunakan *virtual reality*, MindCotine telah teruji lewat beragam penelitian dan digunakan oleh ribuan orang di 20 negara berbeda.



LivNao

livnao.com

Cara baru memelihara kesehatan mental

Mengombinasikan sensor data di *smartphone* dan AI, kesehatan mental seseorang bisa terdeteksi oleh aplikasi LivNao. Sebagai *startup* yang fokus pada perawatan kesehatan mental, LivNao sangat memegang anggapan bahwa pencegahan adalah pengobatan terbaik. Maka dari itu, aplikasi ini secara pasif melacak pergerakan aktivitas di *smartphone*-mu. Jika ditemukan tanda-tanda mencurigakan, LivNao akan mengirim data ke organisasi, perusahaan asuransi, dan sistem perawatan kesehatan agar memberikan tindak lanjutan.



Hyfe AI

www.hyfe.ai

Pendeteksi batuk masa kini

Merespon pandemi COVID-19, kini ilmuwan berhasil mengembangkan diagnosa penyakit melalui suara. Hyfe AI mampu mendeteksi kondisi kronis dan penyakit seperti COVID-19, TBC, juga asma. Lewat frekuensi, waktu, dan amplitudo batuk organik pasien yang terjadi secara alami, aplikasi Hyfe AI akan menunjukkan data-data khusus. Variabel data akan lebih sedikit ditampilkan ketika batuk yang terdeteksi tersebut sengaja dipaksakan.



Beyond Lucid Technologies

beyondlucidtechnologies.com

Solusi komunikasi antar Emergency Medical Services (EMS) dengan fasilitas perawatan

Ada beberapa usaha yang bisa dilakukan untuk menyelamatkan lebih banyak nyawa dalam keadaan darurat. Salah satunya meningkatkan efisiensi operasional, keuangan, dan klinis dari EMS yang bukan bagian dari rumah sakit. Lewat produknya bernama Mediview, startup asal California ini akan menghubungkan ambulans dan rumah sakit sebelum pasien datang. Saat pasien dijemput oleh petugas EMS, Mediview akan mengimpor dan mengekspor data ke sistem rumah sakit untuk menjembatani komunikasi antara petugas EMS dan fasilitas perawatan.



Ride Health

ridehealth.com

Transportasi *online* khusus pasien

Terintegrasi dengan delapan jenis transportasi *online*, pasien yang memiliki bermacam kebutuhan khusus dapat diantar ke mana pun dengan selamat. Tahun lalu, Ride Health meluncurkan program pelacakan perjalanan COVID-19 untuk rumah sakit agar mengurangi beban koordinasi transportasi bagi dokter serta tenaga kesehatan. Ride Health juga membantu mengelola pemulangan pasien agar lebih efektif dan efisien.



TestCard

testcard.com

Inovasi urinalisis lewat aplikasi

Perusahaan rintisan asal Inggris ini menawarkan kecanggihan perangkatnya yang bisa menggantikan aktivitas tes di laboratorium. Melalui alat tes urine khusus dan aplikasi TestCard, kamu bisa dengan praktis mengetahui hasil rinci untuk pemeriksaan infeksi saluran kemih, kehamilan, diabetes, dan kesehatan ginjal. Memiliki akurasi sebesar 99%, TestCard menggunakan kamera *smartphone* kamu menjadi pemindai tingkat klinis. Startup yang sudah memegang sertifikat ISO 13485 tentang mutu industri perangkat medis ini memercayai bahwa tes medis di rumah harus bisa diakses oleh siapa pun, cepat dan akurat, serta terjangkau.



Helium Health

heliumhealth.com

Infrastruktur digital bagi dunia kesehatan

Pengarsipan data dalam sebuah instansi kesehatan jadi hal penting khususnya bagi para *stakeholders* (pasien, tenaga kesehatan, dokter, pemerintah, dll). Awalnya, rumah-rumah sakit di Afrika memiliki cara pencatatan dan penyimpanan yang manual sehingga banyak data penting tidak bisa dengan mudah diakses oleh perawat dan dokter. Helium Health hadir sebagai solusi pengarsipan data bagi dunia kesehatan yang berbasis *software*. Startup Afrika dengan pendanaan seri A ini, membangun jaringan data yang dapat dimanfaatkan oleh *stakeholders* untuk penelitian, alokasi sumber daya, sampai pembuatan kebijakan.



Quick'rCare

www.quickrcare.com

Tempat temukan beragam fasilitas kesehatan

Rasa aman dan nyaman akan terbentuk ketika layanan kesehatan bisa didapatkan secara mudah dan pasti. Aplikasi Quick'rCare membantu pasien menemukan dan mendaftarkan diri ke layanan kesehatan dengan pengaturan jadwal yang jelas. Ada empat layanan yang dimiliki Quick'rCare, yaitu layanan perawatan darurat, ruang gawat darurat, perawatan rumah sakit, dan vaksin COVID-19. Jadi, dalam satu platform kamu bisa dengan praktis mengakses fasilitas kesehatan yang dibutuhkan.

Glosarium

Temukan makna dari jargon *startup* dan istilah lainnya dalam artikel di sini.



Angel Investor

Investor malaikat adalah individu kaya raya yang memberikan modal untuk bisnis perusahaan rintisan atau yang sedang bertumbuh, biasanya dengan imbalan obligasi konversi atau ekuitas kepemilikan.

Deep fake

Video rekayasa atau materi digital yang dibuat oleh kecerdasan buatan yang canggih hingga menghasilkan gambar dan suara yang terlihat dan terdengar asli.

Edge computing

Paradigma komputasi terdistribusi yang membawa komputasi dan penyimpanan data lebih dekat ke lokasi yang dibutuhkan, untuk meningkatkan waktu respons dan menghemat bandwidth.

Infodemic

Jumlah informasi yang berlebihan, baik yang akurat maupun yang tidak akurat berkaitan dengan masalah yang biasanya menyebar dengan cepat, menyulitkan orang untuk menemukan sumber yang dapat dipercaya, serta membuat solusi lebih sulit untuk dicapai.

Mock Up

Merupakan visualisasi sebuah konsep desain.

Sustainability

Konsep yang menunjukkan keberhasilan sebuah perusahaan untuk dapat tetap eksis dan memiliki daya saing yang kuat.

Telemedis (Telemedicine)

Praktik penggunaan teknologi untuk memberikan pelayanan kesehatan secara jarak jauh.

Kamu bisa mendapat Rintisan versi cetak!

Untuk menjangkau pembaca setia buku saku RINTISAN lebih dekat, Kementerian Komunikasi dan Informatika membuka kesempatan khusus bagi para pembaca terpilih untuk kami kirimkan buku saku RINTISAN versi cetak setiap kali edisi baru diterbitkan.



Gimana caranya?

Ceritakan dengan detail mengapa kamu harus menjadi satu dari para pembaca terpilih yang akan kami kirimkan buku saku RINTISAN dalam form ini:

<http://bit.ly/komunitas-rintisan>

Bergabung Jadi Kontributor

Rintisan memiliki satu tujuan utama: menjadi sarana untuk membuka wawasan mengenai *startup*, talenta digital, ide, dan inovasi di ekosistem digital Indonesia.

Artikel di Rintisan memiliki topik yang beragam dan relevan untuk berbagai industri dan fungsi manajemen. Adapun beberapa area fokus yang dibahas adalah kepemimpinan, strategi, teknologi, operasional, *branding*, *marketing*, *legal*, keuangan, manajemen sumber daya manusia, produktivitas, dan kreativitas. Dalam memilih artikel yang diterbitkan, ini adalah 4 poin yang Rintisan cari:

Orisinalitas

Walaupun suatu topik mungkin sudah banyak yang membahas, selalu ada cara untuk melihatnya dari sudut pandang yang berbeda. Temukan itu dan bagikan pada pembaca.

Bukti

Menulis secara deskriptif itu bagus. Namun, lebih baik lagi jika tulisanmu didukung dengan data dan fakta.

Keahlian

Siapa pun dapat menjadi kontributor, asalkan ia benar-benar menguasai materi dalam tulisannya.

Kegunaan

Utamakan gagasan yang praktis dan dapat dengan mudah dimengerti. Jika kamu bisa menjelaskan pemikiranmu sehingga pembaca mengerti bagaimana menerapkannya dalam situasi nyata, artikelmumu dapat mengubah hidup seseorang!

Ingin menjadi kontributor bagi Rintisan?

Kirim tulisanmu ke gerak@1000startupdigital.id dengan subjek “**Artikel untuk Rintisan**”. Kami akan memberikan honorarium bagi kontributor yang artikelnya terpilih untuk diterbitkan.

Kritik & Saran



Kami ingin mendengar pendapatmu mengenai artikel dan topik yang kami sajikan. Yuk, sampaikan kritik dan saranmu di bit.ly/fbrintisan



KOMINFO