DESIGN THINKING

FITRIANY

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis.

Sanksi Pelanggaran Pasal 72
Undang-undang No. 19 Tahun 2002
Tentang Hak Cipta

(1) Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
(2) Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

DESIGN THINKING

Penyusun:

Fitriany

Penata Letak:

Iis Nurul Fadhila

Pendesain Sampul:

Tim Ruang Karya

Diterbitkan Oleh:

Ruang Karya

Alamat:

Jl. Martapura lama, Km. 07, RT. 07, Kecamatan Sungai Tabuk, Kelurahan Sungai Lulut, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan.

Telp. 0897-1169-692

Email:
kirimnaskah@ruangkarya.id

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang
Cetakan Pertama Juli 2025

Copyright 2025
Halaman 241, Ukuran A5
ISBN : 978-623-520-600-4

Apabila menemukan kesalahan cetak dan atau kekeliruan informasi pada buku ini, harap menghubungi Penerbit. Terima kasih.

RUANG KARYA

"Berkarya selagi muda, bermanfaat selagi bisa"

DESIGN THINKING

Fitriany

DAFTAR ISI

BAB 1: PENGANTAR DESIGN THINKING DAN TANTANGAN UMKM 1

A. Definisi dan prinsip dasar design thinking 1
B. Tantangan umum yang dihadapi UMKM dalam pengembangan produk 6
C. Mengapa design thinking relevan untuk UMKM 11

BAB 2: MEMAHAMI PELANGGAN: EMPATI SEBAGAI TITIK AWAL 15

A. Teknik observasi dan wawancara pelanggan 15
B. Membangun persona pengguna 19
C. Menggali kebutuhan dan masalah nyata pelanggan 23

BAB 3: MENDEFINISIKAN MASALAH DENGAN TEPAT 28

A. Proses sintesis data empatik 28
B. Membuat problem statement yang tajam dan berfokus 33
C. Contoh-contoh problem UMKM yang berhasil didefinisikan ulang 38

BAB 4: MENCIPTAKAN SOLUSI MELALUI IDEASI 42

A. Teknik brainstorming dan SCAMPER 42
B. Mengelola ide-ide kreatif dan inovatif 45
C. Mendorong keterlibatan tim dalam proses ideasi 51

BAB 5: MEMBUAT PROTOTIPE PRODUK UMKM 57

A. Apa itu prototipe dan mengapa penting 57
B. Membuat prototipe sederhana dan murah 60
C. Studi kasus: prototipe produk makanan, fesyen, dan kerajinan 67

BAB 6: MENGUJI DAN MENDAPATKAN UMPAN BALIK 72
A. Metode pengujian prototipe 74
B. Menyusun kuesioner dan wawancara pengguna 76
C. Mengambil keputusan berdasarkan feedback 78

BAB 7: ITERASI DAN PERBAIKAN PRODUK 83
A. Prinsip iterasi dalam design thinking 85
B. Menyesuaikan desain berdasarkan hasil uji coba 91
C. Contoh nyata perubahan produk UMKM setelah iterasi 93

BAB 8: STRATEGI BRANDING DAN STORYTELLING PRODUK 97
A. Membangun identitas merek yang kuat 99
B. Teknik storytelling untuk menambah nilai produk 100
C. Branding berbasis empati pelanggan 102

BAB 9: INOVASI PRODUK DAN NILAI TAMBAH 104
A. Konsep nilai tambah dan diferensiasi 106
B. Inovasi produk berbasis lokalitas dan kearifan lokal 109
C. Studi kasus UMKM inovatif di Indonesia 112

BAB 10: DESAIN KEMASAN DAN VISUALISASI PRODUK 144
A. Peran kemasan dalam menarik perhatian konsumen ... 146
B. Elemen desain visual yang efektif untuk UMKM 148
C. Tools desain sederhana untuk pelaku usaha 162

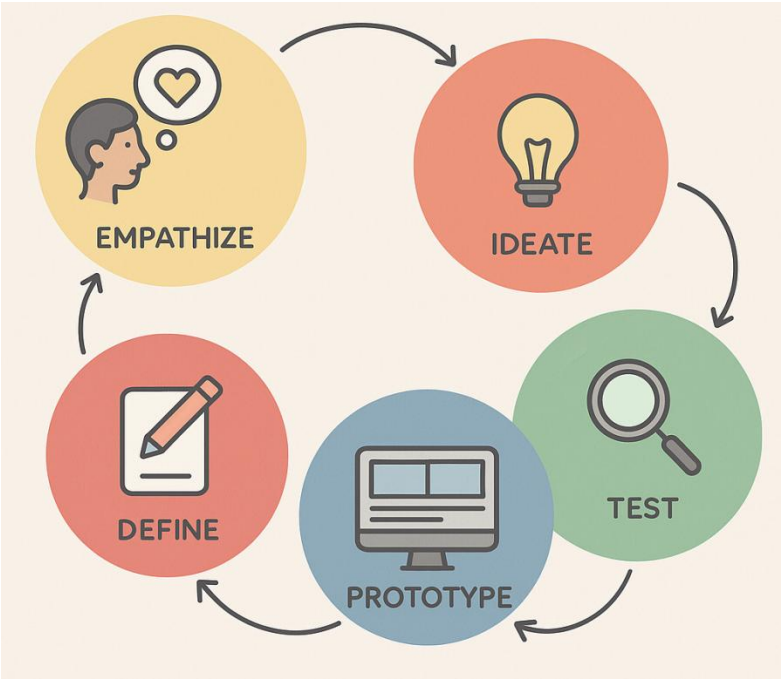
BAB 11: VALIDASI PASAR DAN UJI COBA PENJUALAN 165
A. Teknik pengujian pasar skala kecil 167
B. Menggunakan media sosial dan marketplace sebagai alat uji 178
C. Analisis hasil validasi dan implikasinya 180

BAB 12: PENERAPAN DESIGN THINKING DALAM RANTAI PRODUKSI DAN LAYANAN 183
A. Meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi 185
B. Desain layanan pelanggan berbasis empati 187
C. Contoh implementasi design thinking dalam layanan UMKM 189

BAB 13: TRANSFORMASI UMKM BERBASIS DESIGN THINKING 191
A. Studi kasus UMKM sukses dengan pendekatan design thinking 191
B. Rencana aksi dan roadmap inovasi untuk UMKM 230
C. Tantangan dan peluang masa depan 232

DAFTAR PUSTAKA 234

PROFIL PENULIS 240

Bab 1:
Pengantar Design Thinking dan Tantangan UMKM

A. Definisi dan prinsip dasar design thinking