

Inovasi Pengembangan Produk Numbas Dodol dengan Metode *Design Thinking*

Anak Agung Istri Winda Premaswari¹, I Made Artana², I Gede Jualiana Eka Putra³, Ni Luh Putu Ning Septyarini Putri Astawa⁴

^{1,2}Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Desain, Universitas Primakara

^{3,4}Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Desain, Universitas Primakara

Email: akuuwind@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : Desember 2024

Disetujui : Januari 2025

Kata Kunci :

Inovasi Produk, Numbas Dodol, *Design Thinking*

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha untuk berinovasi dalam menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan pasar. Numbas Dodol, sebuah startup berbasis produk lokal dari Desa Penglatan, menghadapi tantangan berupa minimnya inovasi produk, daya tarik kemasan yang kurang menarik, serta varian rasa yang terbatas. Permasalahan ini berdampak pada rendahnya angka penjualan, sehingga diperlukan solusi strategis untuk meningkatkan daya saing di pasar modern. Dalam menjawab tantangan tersebut, proyek ini menggunakan metode *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahap: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Serta dengan melibatkan 20 orang responden pada tahap *emphatize* dan *test*. Inovasi yang dihasilkan meliputi produk baru seperti Mochi Dodol, Pia Dodol, varian rasa Dodol Nangka, serta pengembangan kemasan modern berupa standing pouch dan plastik seal. Hasil pengujian menunjukkan bahwa inovasi produk dan kemasan berhasil meningkatkan daya tarik visual, kenyamanan konsumen, dan potensi perluasan pasar. Pia Dodol dan Dodol Rasa Nangka mendapatkan respons positif dari konsumen, sementara penggunaan kemasan modern mampu meningkatkan daya saing produk. Proyek ini membuktikan bahwa metode *Design Thinking* efektif dalam mengintegrasikan nilai tradisional dan modern, sehingga mampu menciptakan produk inovatif yang berdaya saing di pasar lokal maupun global.

ARTICLE INFO

Article History :

Received: December 2024

Accepted: January 2025

Keywords:

Product Innovation, Numbas Dodol, *Design Thinking*

ABSTRACT

Increasingly competitive business competition requires business actors to innovate in creating products that are relevant to market needs. Numbas Dodol, a local product-based startup from Penglatan Village, faces challenges in the form of minimal product innovation, less attractive packaging, and limited flavor variants. This problem has an impact on low sales figures, so strategic solutions are needed to increase competitiveness in the modern market. In answering these challenges, this project uses the Design Thinking method which consists of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. And by involving 20 respondents in the empathize and test stages. The resulting innovations include new products such as Mochi Dodol, Pia Dodol,

Dodol Nangka flavor variants, and the development of modern packaging in the form of standing pouches and plastic seals. The test results show that product and packaging innovations have succeeded in increasing visual appeal, consumer comfort, and the potential for market expansion. Pia Dodol and Dodol Nangka Flavor received positive responses from consumers, while the use of modern packaging was able to increase product competitiveness. This project proves that the Design Thinking method is effective in integrating traditional and modern values, thereby creating innovative products that are competitive in local and global markets.

1. Pendahuluan

Hampir seluruh bidang kehidupan di dunia dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, termasuk dunia bisnis. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membuka peluang baru bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berinovasi dan meningkatkan daya saing mereka. Inovasi dalam konteks ini mencakup berbagai aspek, mulai dari produk, proses, hingga model bisnis yang digunakan oleh UMKM (Putri and Widadi, 2024).

UMKM kini memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia. Hal ini karena berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2020), UMKM menyumbang sekitar 60% terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia dan menyerap lebih dari 97% angkatan kerja. Namun saat ini UMKM di Indonesia sedang menghadapi situasi yang sulit karena persaingan yang semakin ketat akibat perubahan lingkungan usaha yang semakin kompleks dan pesatnya kemajuan perdagangan bebas, dengan persaingan yang muncul dari segala arah, baik dalam negeri maupun luar negeri (Soegihono and Yuniawan, 2023). Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, inovasi menjadi salah satu kunci keberhasilan bagi sebuah usaha untuk bertahan dan berkembang.

Inovasi adalah perubahan besar dalam cara perusahaan menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Di era digital, inovasi sering kali melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan solusi yang lebih efektif dan efisien. Misalnya, *platform e-commerce*, aplikasi seluler, dan media sosial memungkinkan UMKM menjangkau lebih banyak pelanggan dan berinteraksi dengan mereka secara lebih efektif (Putri and Widadi, 2024).

Numbas Dodol adalah salah satu startup yang menjual dodol khas Desa Penglatan. *Startup* berbasis produk lokal seperti Numbas Dodol memiliki tantangan unik, yaitu bagaimana mempertahankan ciri khas tradisional sekaligus mengikuti perkembangan pasar *modern*. Numbas Dodol, yang menawarkan produk dodol sebagai ikon kuliner khas daerah, menghadapi permasalahan utama berupa sulitnya meningkatkan angka penjualan secara signifikan. Hal ini karena jumlah pendapatan yang didapatkan dalam kurun waktu 3 bulan hanya mencapai angka 1.600.000. Meskipun memiliki produk unggulan yang memiliki potensi pasar, kesulitan dalam meningkatkan penjualan dan minimnya inovasi menjadi masalah utama.

Beberapa faktor yang memengaruhi tantangan ini meliputi keterbatasan dalam menjangkau konsumen baru dan kurangnya diferensiasi produk. Kondisi ini menunjukkan perlunya pendekatan strategis yang berfokus pada inovasi, baik dalam aspek pengembangan produk maupun pengelolaan

bisnis secara keseluruhan. Solusi yang diberikan untuk menghadapi situasi tersebut adalah dengan melakukan inovasi pada produk yang sudah ada menggunakan metode *Design Thinking*. Metode *Design Thinking* menjadi pendekatan yang relevan untuk mengeksplorasi solusi atas permasalahan tersebut. Metode ini mengutamakan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan konsumen (*empathize*), merumuskan permasalahan secara terstruktur sehingga fokus pada kebutuhan utama yang harus dipecahkan (*define*), menciptakan ide-ide kreatif (*ideate*), hingga mengembangkan prototipe solusi (*prototype*).

Dengan menggunakan metode ini, startup Numbas Dodol diharapkan dapat menghadirkan inovasi produk yang sesuai dengan preferensi pasar, meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan, serta memperluas daya tarik produk di pasar lokal maupun global. Proyek ini bertujuan untuk menganalisis dan merancang inovasi pengembangan produk melalui implementasi metode *Design Thinking*, sehingga mampu memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan penjualan dan membangun daya saing yang berkelanjutan. Selain itu, proyek ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi inovasi produk yang dapat dilakukan oleh Numbas Dodol untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi serta memberikan pengetahuan dan membantu pelaku usaha lainnya dalam menghadapi tantangan serupa dengan menawarkan inovasi-inovasi yang dapat diadopsi.

2. Metode Pelaksanaan

Metode *Design Thinking* digunakan untuk mengembangkan produk Numbas Dodol yang dilakukan di Kota Denpasar dalam waktu 3 bulan pada bulan Oktober-Desember 2024, dengan alur sebagai berikut:

- a. *Target market*: Penentuan target market berdasarkan kebutuhan dan preferensi agar strategi pemasaran efektif (Adrian Aldi, Wijaya dan Davala Afrizal, 2022). Target market adalah generasi muda hingga dewasa produktif (16-60 tahun), penyuka dodol, penggemar kopi, dan wisatawan atau pemburu oleh-oleh.
- b. *Empathize*: Wawancara dan observasi untuk inovasi produk dengan 20 responden. Data dikumpulkan untuk membuat Empathy Map, memahami perspektif pengguna (Noveandini and Wulandari, 2022; Putu et al., 2020).
- c. *Define*: Identifikasi dan analisis masalah berdasarkan wawasan dari tahap *empathize*, dengan tujuan mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan pengguna secara tepat (Putu et al., 2020).
- d. *Ideate*: Brainstorming dan diskusi untuk merumuskan ide kreatif dan inovatif sebagai solusi. Evaluasi ide berdasarkan relevansi, kelayakan, dan potensi solusi (Jurnal, Mahmud and Komara, 2022).
- e. *Prototype*: Pengembangan versi pertama solusi seperti sketsa atau mockup untuk menguji efektivitasnya dan mengidentifikasi area yang perlu perbaikan (Putu et al., 2020).
- f. *Test*: Proses pengujian *prototype* kepada konsumen secara acak untuk mendapatkan masukan. Masukan tersebut dianalisis untuk perbaikan *prototype* (Buana Ayu and Wijaya, 2023). Pengujian menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap responden. Data yang diperoleh digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana solusi memenuhi kebutuhan konsumen dan memastikan solusi bekerja dengan baik dalam dunia nyata (Simamora, 2022).

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan implementasi pelaksanaan program yang dilakukan dapat dianalisis hasil dari pelaksanaan program, sebagai berikut:

a. **Emphatize:** Hasil wawancara

- 1) Keluhan utama: tekstur dodol lengket dan menempel pada bungkus.
- 2) Dodol sering berjamur tanpa sinar matahari.
- 3) Produk hanya tersedia pada momen tertentu, dan variasi rasa kurang menarik bagi anak muda.
- 4) Disarankan kemasan praktis, higienis, dan modern, seperti *standing pouch*.
- 5) Varian rasa baru seperti nangka, durian, atau rasa unik diinginkan.

b. **Define:** Identifikasi masalah utama

- 1) Dodol lengket saat dibuka dari kemasan, menurunkan persepsi kualitas.
- 2) Kemasan kurang menarik, mengurangi daya tarik visual.
- 3) Varian rasa terbatas, perlu pengembangan rasa baru agar tidak monoton.
- 4) Saran kemasan lebih kecil untuk kemudahan penyimpanan dan penggunaan.

c. **Ideate:** Ide inovasi untuk solusi masalah

- 1) Mochi Dodol: Gabungan mochi kenyal dan rasa dodol, menarik untuk pasar muda dan internasional.
- 2) Pia Dodol: Kombinasi dodol dan pia renyah, alternatif modern untuk oleh-oleh.
- 3) Varian Rasa Nangka: Rasa nangka tropis yang eksotis dan menarik.
- 4) Kemasan *Standing Pouch*: Kemasan *modern*, higienis, dan premium, cocok untuk oleh-oleh.
- 5) Kemasan Plastik *Seal*: Pembungkus individual dengan plastik *seal* untuk kebersihan dan daya tahan.

d. **Prototype**

- 1) Mochi Dodol: Produk bulat berisi dodol, dengan lapisan luar rasa coklat dan isi coklat kacang.
- 2) Pia Dodol: Kombinasi tekstur pia renyah dengan isian dodol manis, menghadirkan pengalaman baru dalam konsumsi dodol.
- 3) Kemasan Plastik *Seal*: Digunakan untuk membungkus produk sebelum dimasukkan ke kemasan *standing pouch*, sesuai dengan karakteristik Numbas Dodol.
- 4) Kemasan *Standing Pouch*: Desain kemasan dengan warna kuning cerah dan hijau, ilustrasi karakter dodol, dan informasi produk serta kontak di bagian belakang.

e. Test



Gambar 2. *Testing Prototype*

- 1) Mochi Dodol: Pengujian kualitas rasa, tekstur, daya tahan, dan penerimaan pasar melalui responden konsumen.
- 2) Pia Dodol: Uji tekstur, rasa, dan daya tahan produk, termasuk pengujian kepuasan konsumen dan potensi perbaikan. Kemasan Plastik Seal.
- 3) Kemasan Plastik Seal: Pengujian fungsionalitas, ketahanan, kemudahan penggunaan, dan estetika kemasan.
- 4) Kemasan Standing Pouch: Uji ketahanan, kemudahan penggunaan, dan estetika kemasan.
- 5) Perhitungan Skala Likert

a) Cara Perhitungan Skala Likert

Dalam tahap pengukuran tingkat keberhasilan skala likert, rumus seperti berikut (Fiqih Erinsyah *et al.*, 2024):

Rumus skor skala likert:

$$S: T \times P_n$$

Keterangan:

S = Skor skala likert

T = Total jumlah responden

P_n = Pilihan angka skor likert

Setelah mendapatkan skor skala likert, untuk mendapatkan hasil interpretasi, dapat dilakukan dengan rumus:

$$Y = \text{Skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden}$$

$$X = \text{Skor terendah likert} \times \text{jumlah responden}$$

Penilaian hasil responden dinilai dengan rumus index %, berikut rumusnya:

Menghitung interval:

$$\frac{100}{\text{Jumlah skala likert}}$$

Rumus index %:

$$\frac{\text{Total skor likert}}{Y} \times 100\%$$

Keterangan:

Y = Skor tertinggi likert x jumlah responden

n = Banyaknya pertanyaan

b) Data Pertanyaan Skala Likert

Tabel 1. Pernyataan Skala Likert

Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Mochi Dodol memiliki tekstur yang lebih lembut dibandingkan Dodol Tradisional.					
Mochi Dodol memiliki daya 252ing visual yang lebih baik dibandingkan Dodol Tradisional.					
Mochi Dodol lebih mudah dikonsumsi dibandingkan Dodol Tradisional.					
Pia Dodol memiliki tekstur yang lebih unik dibandingkan Dodol Tradisional.					
Pia Dodol lebih mudah dikonsumsi dibandingkan Dodol Tradisional.					
Pia Dodol memberikan kesan lebih modern dibandingkan Dodol Tradisional.					
Rasa Nangka lebih sesuai dengan selera konsumen dibandingkan rasa sebelumnya.					
Rasa Nangka lebih mampu menarik konsumen baru dibandingkan rasa sebelumnya.					
Rasa Nangka varian baru yang diinginkan.					
Kemasan 252ingkat seal lebih praktis dibandingkan kemasan kulit jagung.					
Kemasan 252ingkat seal lebih mampu melindungi dodol dari kerusakan dan jamur dibandingkan kemasan kulit jagung.					
Kemasan 252ingkat seal lebih mudah dibuka dibandingkan kemasan kulit jagung.					
Kemasan standing pouch lebih praktis dibandingkan kemasan sebelumnya.					
Desain kemasan standing pouch lebih menarik dibandingkan kemasan sebelumnya.					
Kemasan standing pouch memberikan kesan lebih modern dibandingkan kemasan sebelumnya.					

Tabel di atas merupakan tingkat pernyataan skala likert yang digunakan sebagai perhitungan tingkat keberhasilan yang dicapai dari *prototype* yang telah diuji cobakan kepada konsumen.






c) Hasil Perhitungan Skala Likert

Ada 20 orang responden yang memberikan jawaban dari kuesioner yang diberikan. Indeks nilai diperoleh menggunakan rumus interval, di mana total 100 dibagi dengan jumlah skor Likert yang digunakan, yaitu 5. Dengan demikian, setiap rentang memiliki bobot dengan interval sebesar 20. Indeks nilai tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

Nilai Index	Interpretasi	Skor	Nilai Index	Interpretasi
0% - 19,9%	Sangat Tidak Setuju	1	0% - 19,9%	Sangat Tidak Setuju
20% - 39,9%	Tidak Setuju	2	20% - 39,9%	Tidak Setuju
40% - 59,9%	Kurang Setuju	3	40% - 59,9%	Kurang Setuju
60% - 79,9%	Setuju	4	60% - 79,9%	Setuju
80% - 100%	Sangat Setuju	5	80% - 100%	Sangat Setuju

Gambar. 2 Nilai Indeks

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil perhitungan jawaban Inovasi Produk Numbas Dodol untuk setiap item menggunakan skala Likert. Penjelasan mengenai kode soal adalah sebagai berikut:

-  = Mochi Dodol
-  = Pia Dodol
-  = Rasa Nangka
-  = Kemasan Plastik *Seal*
-  = Kemasan *Standing Pouch*

Kode Soal	Jumlah Jawaban Per Item					Total Skor	Interval	Index	Keputusan
	1	2	3	4	5				
A1	0	1	10	9	1	30	3,333	30%	Tidak Setuju
A2	0	0	14	5	1	42	2,380	42%	Kurang Setuju
A3	2	0	16	2	0	48	2,083	48%	Kurang Setuju
B1	0	0	0	15	5	60	1,666	60%	Setuju
B2	0	0	0	8	12	60	1,666	60%	Setuju
B3	0	0	0	16	4	64	1,562	64%	Setuju
C1	0	0	0	15	5	60	1,666	60%	Setuju
C2	0	0	0	15	5	60	1,666	60%	Setuju
C3	0	0	0	17	3	68	1,470	68%	Setuju
D1	0	0	0	17	3	68	1,470	68%	Setuju
D2	0	0	1	3	16	64	1,562	64%	Setuju
D3	0	0	0	3	17	68	1,470	68%	Setuju
E1	0	0	0	18	2	72	1,388	72%	Setuju
E2	0	0	0	18	2	72	1,388	72%	Setuju
E3	0	0	0	18	2	72	1,388	72%	Setuju

Gambar 3. Hasil Jumlah Jawaban Per Item Menggunakan Skala Likert (Suwandi *et al.*, 2019)

Berdasarkan hasil perhitungan jawaban Inovasi Produk Numbas Dodol pada gambar diatas, dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Tidak Setuju dan Kurang Setuju menunjukkan tingkat kepuasan responden yang diukur berdasarkan pernyataan mengenai Inovasi Produk Mochi Dodol. Tingkat kepuasan ini dihitung menggunakan skala Likert dan menunjukkan bahwa responden Inovasi Produk Mochi Dodol tidak ada yang berada pada kategori Setuju dan Sangat Setuju (0%).
- 2) Setuju menunjukkan tingkat kepuasan responden yang diukur berdasarkan pernyataan mengenai Inovasi Produk Pia Dodol, Kemasan Plastik *Seal*, dan Kemasan *Standing Pouch*. Tingkat kepuasan ini dihitung menggunakan skala Likert dan menunjukkan bahwa responden Inovasi Produk Pia Dodol, Kemasan Plastik *Seal*, dan Kemasan *Standing Pouch* tidak ada yang berada pada kategori Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, dan Kurang Setuju (0%).

f. Kompetensi yang Dicapai

Dalam pelaksanaan program “Inovasi Pengembangan Produk Numbas Dodol *Startup*: Numbas Dodol dengan Metode *Design Thinking*” telah berhasil mengembangkan kompetensi-kompetensi yang dapat dicapai, yaitu:

- 1) Telah berhasil menciptakan produk Mochi Dodol yang memadukan dodol, makanan tradisional Indonesia, dengan mochi, jajanan Jepang yang lembut dan kenyal. Kombinasi ini menunjukkan kemampuan menciptakan produk yang memadukan keunikan lokal dengan daya tarik global.
- 2) Telah berhasil menciptakan produk Pia Dodol, inovasi yang menggabungkan dodol dengan kue pia. Pia Dodol menghadirkan lapisan luar renyah khas pia, dengan isian dodol kenyal. Produk ini mengadaptasi bahan lokal menjadi relevan dengan selera konsumen masa kini.

- 3) Telah berhasil menciptakan produk Dodol Rasa Nangka, mengangkat cita rasa nangka tropis dalam varian dodol. Dodol rasa nangka menawarkan pengalaman rasa baru tanpa mengubah ciri khas dodol, serta diinovasikan lebih lanjut dengan pia dodol.
- 4) Telah berhasil menciptakan kemasan *standing pouch*, yang meningkatkan daya tarik visual dan fungsi praktis produk. Kemasan ini memberikan kesan *modern* dan *premium* pada dodol, mempermudah penyimpanan, serta memperkuat citra merek dan menjangkau pasar yang lebih luas.

g. Evaluasi

Setelah pelaksanaan program, evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah tujuan program tercapai sesuai rencana. Hasil evaluasi sebagai berikut:

1. Evaluasi Mochi Dodol

Mochi dodol tidak dilanjutkan karena kombinasi tekstur mochi yang lembut dan isian dodol yang lengket membuatnya mudah rusak atau berubah tekstur jika tidak disimpan dengan benar, terutama di suhu tinggi atau lembab.

2. Evaluasi Pia Dodol

Pia Dodol berhasil menarik konsumen dengan kombinasi unik dodol tradisional dan tekstur pia yang renyah. Produk ini lebih tahan lama karena tekstur dodol yang kenyal dan kulit pia yang stabil dalam berbagai suhu.

3. Evaluasi Dodol Rasa Nangka

Dodol Rasa Nangka berhasil memberikan nilai positif, menarik konsumen dengan rasa unik dan baru yang menggabungkan cita rasa tradisional dengan buah tropis manis dan harum.

4. Evaluasi Kemasan Plastik Seal

Kemasan plastik *seal* sesuai dengan solusi permasalahan konsumen karena mudah dibuka, nyaman digunakan, dan memberikan perlindungan dari kontaminasi eksternal.

5. Evaluasi Kemasan Standing Pouch

Kemasan *standing pouch* sesuai dengan keinginan konsumen karena dapat berdiri tegak, mudah disimpan, dan dilengkapi *zipper lock* untuk menjaga kualitas produk setelah dibuka, serta memberikan perlindungan dari udara, debu, dan kelembapan.

4. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini berhasil menggunakan metode *Design Thinking* dalam pengembangan inovasi produk pada startup Numbas Dodol. Metode ini terdiri dari lima tahap, yaitu *empathize* untuk memahami kebutuhan konsumen, *define* untuk merumuskan permasalahan utama, *ideate* untuk menghasilkan ide-ide inovatif, *prototype* untuk menciptakan model awal produk, dan *test* untuk mengevaluasi solusi berdasarkan umpan balik konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk seperti Pia Dodol dan Dodol Rasa Nangka mendapat respons positif dari konsumen sebanyak 20 orang, sementara Mochi Dodol memiliki keterbatasan dalam daya tahan dan tekstur. Pengembangan kemasan modern, seperti *standing pouch* dan plastik *seal*, berhasil meningkatkan daya tarik visual, kenyamanan, dan kualitas produk. Inovasi-inovasi tersebut tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk tetapi juga memperluas potensi pasar, baik di tingkat lokal maupun

global. Dengan demikian, pendekatan *Design Thinking* terbukti efektif dalam menciptakan solusi yang relevan dan inovatif untuk menghadapi tantangan pasar *modern*, sekaligus mempertahankan nilai-nilai tradisional pada produk Numbas Dodol. Berdasarkan hasil proyek yang telah dilakukan ada beberapa saran yang dapat diberikan pada proyek ini, yaitu:

1. Penggunaan Bahan Kemasan Ramah Lingkungan: Mengingat semakin tingginya kesadaran konsumen terhadap keberlanjutan, penting untuk mempertimbangkan penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan atau dapat didaur ulang untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.
2. Konsistensi Kualitas dan Pengendalian Mutu: Penting untuk menjaga konsistensi rasa, tekstur, dan kualitas produk agar tetap memenuhi harapan konsumen setiap kali produk dijual. Proses pengendalian mutu yang ketat harus diterapkan untuk memastikan kualitas tetap terjaga dalam jangka panjang.

Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, produk inovatif seperti Dodol Rasa Nangka dan lainnya dapat lebih berkembang, dikenal luas, dan mampu bersaing di pasaran.

5. Daftar Pustaka

- Adrian Aldi, Y., Wijaya, S. And Davala Afrizal, J. (2022) 'Literature Review Determinasi Target Pasar: Analisis Produk, Usia Dan Jenis Kelamin', *Jurnal Ilmu Multidisiplin (Jim)*, 1(1). Available At: <https://doi.org/10.38035/Jim.V1i1>.
- Buana Ayu, T. And Wijaya, N. (2023) 'Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan Prototype Aplikasi Payoprint Berbasis Android', *Mdp Student Conference* [Preprint]. Available At: <https://www.payoprint.id/>.
- Fiqih Erinsyah, M. Et Al. (2024) 'Sistem Evaluasi Pada Aplikasi Akademik Menggunakan Metode Skala Likert Dan Algoritma Naïve Bayes', *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 13(1), Pp. 74–82.
- Jurnal, H., Mahmud, H. And Komara, B.D. (2022) 'Inovasi Bisnis "Romlah Snack" Oleh Pekerja Migran Indonesia Di Taiwan Berbasis Design Thinking Dan Business Model Canvas Pada Masa Covid-19', *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(3).
- Noveandini, R. And Wulandari, M.S. (2022) 'Implementasi Model Design Thinking Pada Perancangan User Interface Aplikasi E-Learning Praktikum Biologi Di Sma', *Unira Malang* |, 06(1). Available At: www.nngroup.com/articles/design-.
- Putri, P.L. And Widadi, B. (2024) 'Peran Inovasi Dalam Pengembangan Model Bisnis Umkm Di Era Digital', *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(4), Pp. 180–189. Available At: <https://doi.org/10.61132/Maeswara.V2i4.1113>.
- Putu, I. Et Al. (2020) 'Penerapan Metode Design Thinking Dalam Implementasi User Interface Berbasis Website Studi Kasus Jro Sandat Property', *Jtksi (Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi)*, 7, Pp. 73–86.
- Simamora, B. (2022) 'Skala Likert, Bias Penggunaan Dan Jalan Keluarnya', *Jurnal Manajemen*, 12(1), Pp. 84–93. Available At: <https://doi.org/10.46806/Jman.V12i1.978>.

Soegihono, L.F. And Yuniawan, A. (2023) 'Pengaruh Inovasi Terhadap Performa Usaha Melalui Keunggulan Bersaing Pada Umkm Syariah Di Kota Semarang', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), P. 4762. Available At: <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11411>.

Suwandi, E. *Et Al.* (2019) 'Analisis Tingkat Kepuasan Menggunakan Skala Likert Pada Layanan Speedy Yang Bermigrasi Ke Indihome'. Available At: www.melon.co.id.