

RANCANGAN INOVASI PRODUK DAN PENGUATAN PEMASARAN
UNTUK PUSAT OLAHAN SALAK WEDI BUNDA ARUM BOJONEGORO
DENGAN MENGGUNAKAN METODE *DESIGN THINKING*

Dia Atha Novembia

Jurusan/Program studi: Manajemen

Pembimbing:

Noviaty Kresna Darmasetiawan

Johny Rusdiyanto

ABSTRAK

Kajian ini bertujuan untuk merancang inovasi produk dan penguatan pemasaran dengan metode *design thinking* sebagai pengembangan bisnis yang dilakukan oleh usaha Pusat Olahan Salak Wedi Bunda Arum di Desa Wedi, Kecamatan Kapas, Kabupaten Bojonegoro. Perencanaan ini bertujuan agar Pusat Olahan Salak Wedi Bunda Arum dapat berkembang dan bertahan. Rancangan ini menggunakan metode *design thinking* untuk memberikan solusi dengan berbasis hasil rancangan inovasi kepada pemilik usaha. Penulis menguraikan setiap tahapan *design thinking* yang terdiri dari 5 (lima) tahap, yaitu: empati (*empathize*), mendefinisikan (*define*), idea (*ideate*), *prototype*, dan ujicoba (*Test*). Penulisan ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis-deskriptif. Penulisan ini didukung dengan sumber data primer yang diperoleh melalui *chatting whatsapp*, wawancara semi-struktur *via handphone* maupun secara langsung, dan observasi langsung ke tempat usaha Pusat Olahan Salak Wedi Bunda Arum di Kota Bojonegoro. Data sekunder diperoleh melalui berita-berita di internet dan literatur-literatur terkait. Teknik analisis data untuk melakukan *design thinking* adalah menggunakan wawancara semi-struktur kepada 7 orang pengguna produk olahan salak wedi dan menggunakan kuisioner untuk dapat memberikan *feedback* terhadap ide-ide yang sudah dihasilkan agar dapat dilakukan perbaikan untuk kedepannya. Hasil rancangan dalam penulisan ini adalah membuat jenis dan variasi produk olahan salak wedi baru yang dapat dijadikan *referensi* dalam membuat produk olahan salak wedi, dan kegiatan untuk penguatan pemasaran seperti melakukan kegiatan *digital marketing*, membangun jaringan bisnis, dan membuat *design* kemasan produk olahan salak wedi baru.

Kata kunci : Inovasi Produk, Penguatan Pemasaran, *Design Thinking*, UMKM

*INNOVATION DESIGN PRODUCT AND MARKETING STRATEGY FOR THE
SALAK WEDI BUNDA ARUM BOJONEGORO PROCESSING CENTER USING
THE DESIGN THINKING METHOD*

Dia Atha Novembia

Department/Study Program: Management

Contributor:

Noviaty Kresna Darmasetiawan

Johny Rusdiyanto

ABSTRACT

This study aims to design product innovation and strengthen marketing strategy using design thinking methods for developing the Wedi Bunda Arum Salak Processing Center business in Desa Wedi, Kecamatan Kapas, Bojonegoro Regency. The goal was to develop and ensure that Wedi Bunda Arum Salak Processing Center could survive. This plan used the design thinking method to provide solutions to business owners based on design innovations. The five design thinking stages are empathize, define, idea, prototype, and test. This research used the qualitative descriptive analysis method. This research used primary data from Whatsapp chatting, semi-structured interviews through cellphones and in person, and direct observation of the business of the Wedi Bunda Arum Salak Processing Center in Bojonegoro Regency. Meanwhile, secondary data was acquired through the news and related literature. The data analysis technique for design thinking was through semi-structured interviews with 7 users of processed salak wedi products, and a questionnaire was used for feedback on the ideas generated for future improvements. This study produced references to new types and variations of processed salak wedi products and activities to strengthen marketing strategies, such as digital marketing, business networks, and packaging designs for new processed salak wedi products.

Keywords: Product Innovation, Marketing Strategy, Design Thinking, MSMEs