

IMPLEMENTASI *DESIGN THINKING* UNTUK *BUSINESS SUSTAINABILITY* USAHA GOKIL (GOSOK KILAT LAUNDRY)

Endhita Asmarani Miswanto ¹; Hanif Pratama ²; Miladiyah Khasanah ^{3*}; Saifun Nidzar ⁴; Lia Mazia ⁵

Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis^{1,2,3,4,5}
Universitas Nusa Mandiri^{1,2,3,4,5}

<https://www.nusamandiri.ac.id/nuri/index.js>

25220033@nusamandiri.ac.id ¹, 25220036@nusamandiri.ac.id ², 25220014@nusamandiri.ac.id ^{3*},
25220040@nusamandiri.ac.id ⁴, lia.lmz@nusamandiri.ac.id ⁵

Abstract—GOKIL (*gosok kilat laundry*) is a service-focused business that offers clothes washing & ironing services, this business was founded in 2017 which is located on Jl. Tegal parang Utara 1, RT 006, RW 05, Kel. Tegal parang, Kec. Mampang Prapatan, South Jakarta. there are problems from the GOKIL (*Gosok Kilat Laundry*) business, namely, not having a clear identity, still using a private house that is used as a residence, incomplete business equipment, and minimal marketing, which is still done only limited to recommendations from customers. This research aims to describe the theoretical stages of *Design Thinking* applied to GOKIL (*Gosok Kilat Laundry*) Business in an effort to find appropriate and effective solutions to problems for business sustainability. The method used for this research is a qualitative descriptive approach and uses the design thinking method to analyze problems from an internal and external perspective and in determining solutions, which consists of five stages, namely empathize, define, ideate, prototype, and test. The results of this study indicate that there needs to be a solution to problem solving for business sustainability, so, a prototype proposal is given, namely first making a unique name to attract customer attention and making a business logo in the physical form of a banner, second making social media in the form of Facebook and Whatsapp as a touchpoint with customers as a marketing medium and facilitating the shuttle process, the author also updates the laundry packaging so that it is more environmentally friendly.

Keywords: *business, design thinking, implementation, laundry, sustainability.*

Abstrak—GOKIL (*gosok kilat laundry*) merupakan usaha yang berfokus pada pelayanan yang menawarkan jasa cuci & setrika pakaian, usaha ini berdiri sejak tahun 2017 yang berlokasi di Jl. Tegal parang utara 1, RT 006, RW 05, Kel. Tegal parang, Kec. Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. terdapat permasalahan dari usaha GOKIL (*Gosok Kilat Laundry*) yaitu, belum memiliki identitas yang jelas, masih menggunakan rumah pribadi yang dijadikan sekaligus tempat tinggal, perlengkapan usaha belum lengkap, dan pemasaran yang minim yaitu masih dilakukan hanya sebatas rekomendasi dari customer. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tahapan teori pada *Design Thinking* yang diterapkan untuk Usaha GOKIL (*Gosok Kilat Laundry*) dalam upaya menemukan solusi yang tepat dan efektif dalam permasalahan untuk keberlanjutan usaha. Metode yang dipakai untuk penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan metode design thinking untuk menganalisis permasalahan dari sudut pandang internal dan eksternal serta dalam menentukan solusi, dimana yang terdiri dari lima tahap yaitu empathize, define, ideate, prototype, dan test. Hasil dari penelitian ini menunjukkan perlu adanya solusi untuk pemecahan masalah untuk keberlanjutan usaha, Sehingga, diberikan usulan prototype yaitu pertama membuat nama yang unik untuk menarik perhatian customer dan membuat logo usaha dalam bentuk fisik sebuah banner, kedua membuat media sosial berupa facebook dan Whatsapp sebagai touchpoint dengan customer sebagai media pemasaran dan mempermudah proses antar jemput, penulis juga memperbaharui kemasan laundry sehingga lebih ramah lingkungan.

Kata Kunci: *usaha, design thinking, implementasi, laundry, sustainability.*

PENDAHULUAN

GOKIL (*Gosok Kilat Laundry*) adalah usaha yang bergerak pada bidang pelayanan jasa cuci

dan setrika pakaian. GOKIL (*Gosok Kilat Laundry*) merupakan sebuah usaha yang dirintis oleh Bapak Budiman yang didirikan pada tahun 2017, berlokasi di, Jl. Tegal Parang Utara 1, No.

79, RT.006/RW.005, Tegal Parang, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Saat ini usaha GOKIL (Gosok Kilat Laundry) telah memiliki pelanggan tetap dari beberapa kalangan seperti Wanita Karir dan Ibu Rumah tangga. Terdapat beberapa permasalahan di usaha GOKIL (Gosok Kilat Laundry) yaitu, belum memiliki identitas yang jelas, masih menggunakan rumah pribadi yang dijadikan tempat usaha sekaligus tempat tinggal, perlengkapan usaha belum lengkap, pemasaran yang minim.

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan tahapan teori pada *design thinking* yang diterapkan untuk usaha GOKIL (Gosok Kilat Laundry) dalam upaya menemukan solusi yang tepat dan efektif dalam permasalahan untuk keberlanjutan usaha. Metode yang dipakai untuk penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan metode *design thinking* untuk menganalisis permasalahan dari sudut pandang internal dan eksternal serta dalam menentukan solusi, di mana yang terdiri dari lima tahap yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

Design thinking akan menjadi konsep yang sangat diperlukan untuk saat ini dan nanti (Hayuningtyas & Ochktavia, 2022; Syahrial, Supriyanto, & Putri, 2020). *Design thinking* juga bisa digunakan untuk inovasi sosial yang dilakukan untuk membantu memberikan saran berbasis inovasi terhadap masyarakat dengan menggunakan tahapan-tahapan yang sudah ada untuk menghasilkan produk dalam bentuk *prototype* yang diharapkan bisa membantu menyelesaikan permasalahan secara tepat (Raja Ainya Alfatiha & Sukoco, 2021).

Design thinking adalah cara untuk memecahkan masalah dengan memahami kebutuhan orang yang terlibat, membongkar masalah untuk orientasi calon pengguna, membuat ide dalam pertemuan *brainstorming*, dan menerapkan ide melalui *prototype* dan pengujian (Setyono, 2022).

Usaha GOKIL (Gosok Kilat Laundry) menghadapi tantangan besar untuk tetap relevan dan berkelanjutan dalam industri laundry yang terus berkembang di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat. Untuk mencapai keberhasilan jangka panjang, pemilik dan pengelola usaha gosok kilat laundry harus menjadi kreatif dan fleksibel untuk mengantisipasi perubahan pasar dan permintaan pelanggan. *Design thinking* adalah salah satu pendekatan yang menarik karena menawarkan kerangka kerja yang kuat untuk membangun solusi inovatif dan berkelanjutan.

Metode penelitian deskriptif kualitatif mendefinisikan sebagai cara untuk mencari informasi tentang keadaan suatu kelompok, manusia, suatu obyek, suatu kondisi dan terlibat dalam suatu peristiwa pada masa sekarang dengan interpretasi yang tepat (Roosinda et al., 2021). Pendekatan deskriptif kualitatif menjelaskan fenomena yang terjadi saat ini dengan cara mendeskripsikan dengan sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, dan hubungan antar fenomena yang sedang diteliti (Dewi & Sadjarto, 2021). Metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode yang dipakai oleh peneliti dengan tujuan untuk menemukan pengetahuan atau teori mengenai penelitian pada suatu saat yang spesifik (Wika Undari, Anggia Sari Lubis, 2021).

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Tjiabrata, 2016) dengan judul "Implementasi Design Thinking untuk Sustainability Business dalam Perusahaan Distributor Keramik di Surabaya". Tujuan dari penelitian yang dilakukan untuk mengetahui *economy sustainability*, *social sustainability*, dan *environmental sustainability* serta menghasilkan inovasi peningkatan profit untuk *business sustainability* bagi objek penelitian. Studi ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder (Setyono, 2022).

BAHAN DAN METODE

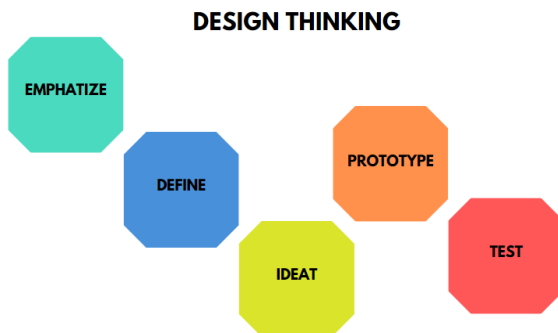
Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sebagai jenis studi literatur dalam penulisan artikel ini. Pendekatan ini berfokus pada analisis dan proses berpikir induktif, serta metode ilmiah untuk memecahkan masalah.

Data yang digunakan dalam penyusunan artikel ini berasal dari sumber primer dan sekunder. Sumber primer terdiri dari data penelitian yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber asli melalui observasi dan wawancara, tanpa menggunakan media perantara. Sumber sekunder terdiri dari data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara, yaitu jurnal ilmiah.

Selain itu, permasalahan yang dibahas dalam artikel ini diatasi dengan menggunakan pendekatan Design thinking. Menurut David Kelley, design thinking terdiri dari lima tahap: 1) *Empathize*, 2) *Define*, 3) *Ideate*, 4) *Prototype*, 5) *Test*.

Design thinking adalah pendekatan yang berpusat pada manusia dan kolaboratif untuk pemecahan masalah yang kreatif, berulang, dan praktis. Jadi, dapat diartikan bahwa design

thinking dilihat dari sudut pandang manusia dengan mempertimbangkan kelayakan teknologi yang dimiliki serta keberlangsungan hidup ekonomi (Syaifullah & David, 2022). *Design thinking* adalah metode untuk memperoleh suatu pemecahan masalah bagi pengguna serta akan menghadirkan peluang secara detail dan menyeluruh. Bukan hanya visualnya saja namun juga berdasarkan fungsi dan dampak yang dihasilkan (Priyatama & Ro'is Abidin, 2021).



Gambar 1. Tahapan *Design Thinking*

Penjelasan tahapan *design thinking* menurut (Kelley & Brown, 2018) yang ada pada gambar 1 sebagai berikut.

1. *Emphatize*

Proses empati ini dilakukan melalui dua metode: observasi dan wawancara. Alat yang disebut POEMS (People, Object, Environment, Message, Service) melacak hal-hal yang dilakukan. Dengan wawancara, Anda memiliki kesempatan untuk mempelajari apa yang Anda pikirkan dan rasakan. Selain itu, wawancara bermanfaat untuk memberikan klarifikasi dan merasionalisasi hasil observasi (Madanih, Susandi, & Zhafira, 2019). Mengetahui emosi, aspirasi, dan ketakutan pengguna dapat mendorong desainer untuk membuat produk yang seimbang antara fungsi dan suprafungsi.

Pada tahap ini, penulis fokus untuk memahami perspektif dan perasaan pemilik usaha, mencari tahu keluhannya, dan apa yang menjadi keinginannya, sehingga penulis dapat memperoleh wawasan tentang tantangan dan aspirasi dari pemilik usaha. Penulis melakukan wawancara dan observasi kepada Bapak Budiman selaku pemilik usaha GOKIL (Gosok Kilat Laundry) yang beralamat di Tegal parang utara 1, RT 006, RW 05 Kelurahan Tegal Parang, Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Dari hasil wawancara penulis dengan pemilik usaha, ditemukan bahwa usaha ini mengalami perkembangan yang sangat lambat, dan terdapat beberapa permasalahan yang belum dapat diatasi, di antaranya:

- a) Usaha masih memakai rumah sendiri atau lahan pribadi, sehingga mengganggu kenyamanan bagi pemilik usaha.
- b) Kurangnya perlengkapan usaha, salah satunya yang mestinya ada dalam sebuah usaha laundry yaitu pengering, karena belum adanya pengering, pemilik usaha masih manual dalam pengeringan pakaian yaitu menjemur, oleh karena itu pemilik usaha merasa sering kewalahan.
- c) Belum memiliki identitas yang jelas, hal ini disebabkan usaha mengalami perubahan beberapa tahun belakangan yang dimana awal berdirinya usaha ini hanya melayani jasa gosok kilat saja akan tetapi seiring berjalannya waktu usaha ini berkembang menjadi usaha laundry sehingga hal ini berpengaruh kepada jenis usaha yang dijalani user.
- d) Media promosi yang dilakukan pemilik usaha hanya sebatas dari mulut ke mulut, karena sedari awal usaha berdiri hingga saat ini promosi yang sudah dilakukan hanya menawarkan jasa kepada tetangga terdekat dan masih hanya sebatas rekomendasi dari orang-orang yang sudah mencoba jasa yang disediakan oleh user membuat perkembangan usaha tidak meningkat secara pesat.
- e) Kemasan produk yang digunakan oleh pemilik usaha GOKIL (Gosok Kilat Laundry) yaitu menggunakan kemasan plastik sekali pakai karena hanya mampu digunakan untuk sekali pakai saja. Hal ini membawa dampak buruk bagi lingkungan sekitar, oleh karena itu perubahan pada kemasan sangat membantu dalam memperkecil dampak penggunaan plastik di masyarakat dan juga dapat menjadi sarana promosi bagi GOKIL (Gosok Kilat Laundry) untuk menarik minat customer.

2. *Define*

Didasarkan pada kebutuhan pengguna yang didapatkan dari hasil pengamatan pada proses empati, tahapan definisi dilakukan untuk menemukan fokus masalah yang dialami pengguna secara khusus. Hasil observasi pada proses empati kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi fokus masalah yang dihadapi pengguna (Soedewi, Mustikawan, & Swasty, 2022).

Setelah pemikiran desainer memahami kebutuhan pengguna, desainer harus menciptakan ide atau perspektif pengguna yang akan menjadi dasar dari produk atau aplikasi yang akan dibuat. Hal ini dapat dicapai dengan membuat daftar kebutuhan pengguna dan menggunakan pengetahuan tentang situasi saat ini.

Pada tahap ini, penulis fokus menentukan solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi pemilik usaha GOKIL (Gosok Kilat Laundry). Permasalahan yang dapat diatasi antara lain, pertama membuat identitas Usaha yang Jelas dan mudah diingat, kedua mengembangkan strategi pemasaran melalui media sosial, ketiga memiliki kemasan yang ramah lingkungan.

3. *Ideat*

Metode ini membantu dalam menemukan dan menetapkan solusi yang efektif untuk masalah yang telah dikumpulkan. Ide-ide yang telah disampaikan kemudian dipilih yang paling sesuai dan efektif untuk digunakan (Wibowo & Setiaji, 2020).

Metode ini bermanfaat dalam menentukan dan menemukan solusi yang efektif untuk masalah yang telah dikumpulkan. Pada tahap ini, setiap anggota kelompok memberikan ide atau masukan sesuai dengan peran atau tugas mereka. Selanjutnya, gagasan yang telah disampaikan akan dipilih yang paling cocok dan efisien untuk digunakan.

Setelah memahami masalah pemilik usaha, Adapun langkah selanjutnya yaitu menghasilkan ide solusi untuk mengatasi masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu tahap ini berguna untuk menghasilkan sudut pandang yang beragam dan menghasilkan ide-ide baru sebanyak mungkin.

Berdasarkan permasalahan pertama yaitu usaha belum memiliki identitas yang jelas, oleh karena itu ide yang disarankan oleh penulis yaitu membuat logo yang menarik. Penggunaan logo pada usaha ini bertujuan sebagai ciri khas dan identitas agar mudah dikenali oleh publik. Adapun ide yang muncul dalam perencanaan logo yaitu menggunakan huruf G dan K, serta menggabungkan tiga objek yaitu hanger, garis dan kotak.

Pada permasalahan kedua, penulis menyarankan membuat media promosi guna untuk meningkatkan perkembangan usaha. oleh karena itu, penulis merekomendasikan untuk menggunakan media sosial seperti Whatsapp dan Facebook. Alasan pemilihan whatsapp adalah untuk mempermudah komunikasi antara pemilik usaha dan customer. sementara itu, facebook

dianggap sebagai media promosi yang jauh lebih efektif karena memungkinkan interaksi yang lebih mudah dengan target market, serta pemilik usaha dapat mengatur platform sesuai dengan kebutuhan mereka. Untuk permasalahan ketiga, penulis menyarankan agar kemasan produk sebelumnya yang terbuat dari plastik diganti dengan kemasan yang berbahan kain agar dapat digunakan berulang kali.

4. *Prototype*

Prototyping atau pembuatan prototipe adalah proses iteratif untuk mengembangkan model yang sudah dikembangkan dibangun dalam bentuk ide atau gagasan dalam bentuk atau penampilan ini mendekati hasil akhir. Singkatnya, arketipe adalah penerapan konsep dari proses sebelumnya. Proses prototipe berkonsentrasi pada persiapan sebelum fase pengujian, di mana prototipe berinteraksi langsung dengan pengguna. Oleh karena itu, fase ini lebih berfokus pada masalah teknis daripada aspek perantara lainnya (Alrazi & Rachman, 2021).

Setelah tahap ide, akan melanjutkan ke tahap desain prototipe untuk melihat apakah ide-ide abstrak yang telah dijelaskan dapat diterapkan atau tidak. Pada tahap prototipe, hal-hal yang didapatkan termasuk mengevaluasi kesalahan atau kesalahan desain selama implementasi, mengatasi masalah yang mungkin muncul setelah ide-ide menjadi bentuk material, dan memprediksi (Alrazi & Rachman, 2021).

Pada tahap ini, penulis fokus menentukan ide-ide yang akan dibuat dan dirancang untuk identitas usaha dan pemasaran, dengan tujuan untuk di pasarkan di media sosial dan menghasilkan ide-ide desain yang kreatif, modern, dan simple.

5. *Test*

Uji coba terhadap pengguna adalah tahap kelima dan terakhir dari konsepsi desain. Tujuan dari uji coba ini adalah untuk mengumpulkan umpan balik pengguna mengenai solusi saat ini dan meningkatkan produk untuk menjadi lebih baik. Komentar pengguna sangat membantu dalam menentukan kekurangan dan kelebihan produk agar dapat diperbaiki. Selama tahap ini, peneliti dapat melakukan uji coba yang melibatkan orang lain (Soedewi et al., 2022).

Percobaan dengan pengguna akan dilakukan pada produk atau aplikasi yang sudah dibuat pada tahap prototipe. Pengalaman pengguna saat menggunakan produk uji coba akan membantu membuat produk yang lebih baik dan memperbaiki produk saat ini (Lazuardi & Sukoco, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menangani beberapa kasus masalah pada identitas usaha ini, penulis memecahkan masalah dengan cara membuat *mockup*, desain Logo usaha, dan nama yang menarik dan mudah diingat oleh banyak orang. Hal ini bertujuan agar usaha mudah dikenali dan memiliki identitas yang unik dan khas. *Mockup* yang penulis buat pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Mockup Tas Laundry

Pada tahapan ini, penulis menggunakan nama GOKIL (Gosok Kilat Laundry) sebagai identitas usaha, penulis menggunakan nama GOKIL (Gosok Kilat Laundry) karena menurut penulis itu cukup unik, tidak pasaran, dan mudah diingat. selain itu nama GOKIL merupakan singkatan dari Gosok Kilat laundry sehingga jelas identitasnya bahwa usaha ini melayani jasa Gosok kilat dan laundry.



Gambar 3. Logo GOKIL (Gosok Kilat Laundry)

Penulis membuat logo seperti pada gambar 3, yang didalamnya terdapat unsur elemen yang identik dengan laundry seperti Hanger, Mesin cuci, Rumah, dan simbol huruf G dan K yang merupakan singkatan dari GOKIL diimplementasikan dalam sebuah banner, penulis juga membuat sebuah kemasan sebuah tas laundry untuk memperkecil dampak penggunaan plastik di masyarakat.

Penulis melakukan pemasaran menggunakan media sosial seperti *WhatsApp* dan *Facebook*. Penulis memilih menggunakan *whatsapp* untuk mempermudah komunikasi antara pemilik usaha dan customer. sementara itu, *facebook* dianggap sebagai media promosi yang jauh lebih efektif karena memungkinkan interaksi yang lebih mudah dengan target market. Penulis melakukan pemasaran dengan cara membagikan *banner* di sosial media seperti pada gambar 4.



Gambar 4. Banner GOKIL (Gosok Kilat Laundry)

Tahap akhir dalam *design thinking* yaitu test atau tahap uji coba bagi pemilik usaha. Pengujian dapat diulangi sampai menemukan solusi yang terbaik.

Pada tahap ini, *prototype* yang dibuat pada tahap sebelumnya diuji untuk melihat seberapa baik *prototype* yang telah ditemukan dapat menyelesaikan dan menangani masalah yang dibahas para penulis, rancangan *prototype* yang sudah jadi kemudian akan diuji oleh pemilik usaha untuk melihat secara langsung reaksi mereka.

Pada tahap ini, pemilik usaha memberikan respon yang baik terhadap logo dan *banner*, sedangkan hasil produk *mockup* yaitu tas laundry kurang mendapatkan respon yang baik karena menurut pemilik usaha setiap customer yang menggunakan jasa beliau mereka sudah menggunakan tas milik mereka sendiri dan biaya yang dikenakan untuk tas lumayan mahal. selanjutnya penulis memberi usulan berupa nota bon dengan *design* seperti pada gambar 5.

GOKIL
- Gosok Kilat Laundry -

Wa : 0857-1073-9849 Nama :
 : 0858-8843-6704 Tgl Masuk :
 Fb : Rumah GO Kil Tgl keluar :

KETERANGAN	KG	HARGA/KG	JUMLAH
TOTAL			

PERHATIAN:
 1. Pengambilan harus disertai dengan bon.
 2. Hak claim berlaku 24 jam setelah cucian diambil.
 3. Konsumen wajib menghitung jumlah pakaian dihadapan karyawan laundry.
 4. Kehilangan pakaian yang tidak dihitung bukan tanggung jawab kami.
 5. Setiap konsumen dianggap setuju dengan perjanjian diatas.

Gambar 5. Nota Bon GOKIL (Gosok Kilat Laundry)

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa pengujian re-branding pada usaha GOKIL (Gosok Kilat Laundry) memperoleh peningkatan pendapatan. awalnya usaha ini mengalami perkembangan yang sangat lambat, namun setelah dilakukan re-branding, saat ini mengalami kenaikan yang cukup signifikan seperti sudah banyak masyarakat yang mengetahui usaha ini. Hal ini dapat dicapai karena pemasangan banner di depan tempat usaha, selain itu usaha jauh lebih dikenal karena logo dan nama usaha digunakan dalam nota bon. Pemasaran dengan menggunakan media sosial seperti whatsapp dan facebook juga sangat berpengaruh pada perkembangan usaha ini karena memudahkan masyarakat untuk mengakses layanan yang disediakan termasuk layanan antar jemput.

Dengan menggunakan pendekatan *design thinking*, usaha dapat meningkatkan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, melahirkan inovasi, serta meningkatkan efisiensi dalam operasional.

Dengan keberlanjutan sebagai fokus utama, penelitian ini memberikan akses kepada solusi yang berkesinambungan dengan lingkungan di usaha laundry. Dengan cara yang demikian,

menggabungkan Desain Berpikir dengan aspek keberlanjutan usaha ini memungkinkan untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan serta meningkatkan tingkat daya saingnya di dalam pasar.

REFERENSI

- Alrazi, C. Z., & Rachman, A. (2021). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Animasi Periklanan Digital Pencegahan Covid-19. *Ultimat: Jurnal Komunikasi Visual*, 14(2), 190-202.
- Dewi, T. A. P., & Sadjiarto, A. (2021). Pelaksanaan Pembelajaran Daring Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Basicedu*, 5(4 SE-Articles), 1909-1917.
- Hayuningtyas, R. Y., & Ochktavia, T. C. (2022). Perancangan Website Penjualan Mainan Menggunakan Metode Design Thinking Pada PT. Lestari Giat Jaya. *Simpatik: Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika*, 2(2 SE-), 88-95.
- Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1-11.
- Madanih, R., Susandi, M., & Zhafira, A. (2019). Penerapan Design Thinking Pada Usaha Pengembangan Budi Daya Ikan Lele Di Desa Pabuaran, Kecamatan Gunung Sindur, Kabupaten Bogor. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(1), 55-64.
- Priyatama, N., & Ro'is Abidin, M. (2021). Perancangan Desain Prototipe Website Umkm Tata Rupa Di Surabaya. *Jurnal Barik*, 1(3), 100-112.
- Raja Ainya Alfatiha, & Sukoco, I. (2021). Penerapan Metode Design Thinking terhadap Pemasaran Produk pada Coffee Shop Rimbun. *Bahtera Inovasi*, 5(1), 49-56.
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, I. L. S., Islamiati, S. H. D., ... Fasa, M. I. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sleman: ZAHIR PUBLISHING.
- Setyono, R. F. (2022). Optimalisasi Ide Bisnis Digital Content Creator Dengan Metode Design Thinking. *Automata*, 3(2).
- Soedewi, S., Mustikawan, A., & Swasty, W. (2022). Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan Website Umkm Kirihuci. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(02), 17.
- Syahrial, A., Supriyanto, & Putri, M. A. (2020). Implementasi BMC Dengan Metode Design Thinking Dalam Menghadapi Covid-19 Di IKM Pati. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*

- Industri*, 1(2), 6–14.
- Syaifullah, H., & David, W. (2022). Rencana Bisnis Fitur Monitoring Real-Time Coaching dengan Suara pada Smartband. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 4(4), 213–230.
- Tjiabrata, G. V. (2016). Implementasi Design Thinking Untuk Business Sustainability Perusahaan Distributor Keramik Di Surabaya. *Agora*, 4(1), 620–628.
- Wibowo, M. R., & Setiaji, H. (2020). Perancangan Website Bisnis Thrifdoor Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. *Automata*, 1(1). Retrieved from:
- Wika Undari, Anggia Sari Lubis. (2021). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 32–38.