

PENERAPAN *DESIGN THINKING* MELALUI TEKNIK SCAMPER DALAM PENGEMBANGAN INOVASI PRODUK STICK SUKUN (STIKUN)

Haya Nur Safa'atin¹, Muhimmudin², Maya Nur Nazila³
Prodi Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Tuban ^{1,2,3}
haynur.haya24@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *design thinking* melalui teknik SCAMPER dalam pengembangan produk stick sukun dengan variasi rasa sebagai upaya meningkatkan nilai tambah pangan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan *design thinking*. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan sumber data primer yaitu diambil dari observasi dan wawancara, melalui tahapan empatik *prototype* dan *test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi stick sukun dengan variasi rasa balado, coklat, dan greentea terbukti meningkatkan daya tarik dan nilai ekonomis produk. Diversifikasi rasa dan kemasan modern mampu mengubah persepsi masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap sukun sebagai produk tradisional. Selain itu, usaha ini memiliki peluang besar untuk dikembangkan secara berkelanjutan karena bahan baku mudah diperoleh dan proses produksi relatif sederhana.

Kata Kunci : Design Thinking, SCAMPER, Inovasi, Sukun

Abstract

This study aims to analyze the application of designing thinking through the SCAMPER technique in the development of breadfruit stick products with various flavors as an effort to increase the added value of food. This study is a qualitative study with a design thinking approach. In collecting data, the author used primary data sources, namely observations and interviews, through empathetic prototype and test stages. The results of the study indicate that the innovation of breadfruit sticks with various flavors of balado, chocolate, and green tea has been proven to increase the attractiveness and economic value of the product. Diversification of flavors and modern packaging can change the public's perception, especially the younger generation, of breadfruit as a traditional product. In addition, this business has a great opportunity to be developed sustainably because raw materials are easy to obtain and the production process is relatively simple.

Keywords: Design Thinking, Scamper, Innovation, Breadfruit

PENDAHULUAN

Industri makanan dan minuman di Indonesia memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Kementerian Perindustrian terus memeberikan dorongan terhadap perkembangan industry minuman dan makanan yang ada di Indonesia ini. Perkembangan industry makanan dan minuman yang signifikan mendorong pemerintah untuk terus berupaya menyediakan dan mengontrol ketersediaan sumber bahan baku yang dibutuhkan industry makanan dan minuman agar industry tersebut semakin produktif dan mempunyai daya saing global yang tinggi.

Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia memperkirakan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman domestik pada tahun 2025 dapat mencapai 6%. Proyeksi tersebut menunjukkan adanya peningkatan sebesar 0,5%–1% dibandingkan target pertumbuhan industri makanan dan minuman nasional pada tahun 2024 yang diperkirakan berada pada kisaran 5%–5,5% (Syafiq, 2025).

Perkembangan kewirausahaan pada era ekonomi kreatif menuntut adanya integrasi antara kreatifitas dan inovasi sebagai faktor utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Studi terbaru menunjukkan bahwa inovasi produk berbasis sumber daya lokal memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing mikro, kecil, dan menengah

(UMKM), terutama dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif dan berbasis preferensi konsumen (OECD, 2021). Kreativitas dalam kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan penciptaan ide baru, tetapi juga kemampuan dalam mengkombinasikan sumber daya yang ada menjadi produk bernilai tambah tinggi.

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki kekayaan sumber daya alam melimpah. Kondisi iklim tropis yang dimiliki menjadikan Indonesia kaya akan berbagai jenis tanaman yang berpotensi sebagai sumber pangan. Salah satu tanaman yang pemanfaatannya masih belum optimal adalah Sukun (*Artocarpus altilis*) (Waldi, 2024). Meskipun sukun memiliki banyak manfaat, pemanfaatan buah ini di Indonesia masih tergolong rendah. Banyak petani sukun yang mengalami kesulitan dalam memasarkan hasil panennya, sehingga sering kali buah sukun hanya dimanfaatkan secara tradisional, seperti direbus, digoreng, atau dijadikan makanan pendamping. Hal ini menyebabkan banyaknya buah sukun yang terbuang sia-sia, terutama saat musim panen (Sutrisno, 2025). Menurut data yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat adalah penghasil sukun terbesar. Produksi sukun yang mencapai 165.032 ton pada tahun 2022 menunjukkan potensi besar sukun sebagai bahan pangan alternatif, namun tingkat konsumsi masyarakat terhadap buah ini masih sangat rendah.

Disisi lain, tren konsumen saat ini menunjukkan peningkatan minat terhadap camilan sehat dan alami. Masyarakat semakin menyadari pentingnya penerapan pola konsumsi yang sehat dan bergizi, sehingga permintaan terhadap produk olahan berbahan dasar alami terus mengalami peningkatan. Camilan yang diproduksi dari bahan alami dengan penggunaan bahan pengawet yang minimal menjadi pilihan utama bagi konsumen yang memiliki kepedulian terhadap kesehatan (Sutrisno, 2025). Oleh karena itu, pengolahan Sukun (*artocarpus altilis*) menjadi stik sukun yang renyah dan bercita rasa lezat dapat menjadi salah satu alternatif yang tepat dalam meningkatkan nilai tambah buah sukun sekaligus memenuhi kebutuhan pasar terhadap camilan sehat.

Pengembangan ide pembuatan stik sukun tersebut dilakukan dengan menggunakan pendekatan *design thinking*. *Design thinking* merupakan metode pemecahan masalah berbasis solusi yang berorientasi pada pengalaman pengguna dan bersifat iteratif. Metode ini terdiri atas lima tahapan utama, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Adapun tahapan-tahapan dalam metode *design thinking* adalah sebagai berikut. (Aulia, dkk., 2021) :

a. *Empathize*

Empathize adalah merupakan proses memahami perasaan, pengalaman, serta kondisi yang dirasakan oleh orang lain. Melalui empati, seseorang dapat memahami permasalahan, situasi, dan kebutuhan pengguna berdasarkan sudut pandang mereka.

b. *Define*

Define adalah proses mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan berdasarkan hasil pemahaman terhadap kebutuhan serta pengalaman pengguna. Pada tahap ini, diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kebutuhan utama pengguna.

c. *Ideate*

Ideate merupakan proses pengembangan berbagai gagasan atau alternatif solusi terhadap permasalahan yang telah diidentifikasi. Ide-ide tersebut kemudian dituangkan dan dikembangkan, salah satunya melalui penerapan teknik SCAMPER.

d. *Prototype*

Proses pembuatan rancangan awal suatu produk atau desain yang bertujuan untuk

menguji, mengevaluasi, dan menyempurnakan konsep sebelum diproduksi atau diterapkan secara lebih luas.

e. *Test*

Test adalah suatu teknik yang digunakan untuk melakukan kegiatan evaluasi.

Secara khusus sukun berpotensi sebagai bahan baku pangan dan memiliki beragam manfaat di bidang kesehatan, di antaranya dapat kaya serat, kenyang lebih lama, makanan diet, sumber omega 6 dan omega 3, sumber antioksidan, obat susah buang air besar, Sumber vitamin dan mineral untuk rambut dan bagus untuk kecantikan (Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Hortikultura, 2023). Sukun (*artocarpus altilis*) merupakan buah yang memiliki kandungan karbohidrat tinggi dengan jumlah kalori yang relatif rendah. Kandungan karbohidrat pada buah sukun bahkan sebanding dengan kandungan karbohidrat pada beras. Selain itu, sukun juga mengandung nutrisi yang cukup lengkap, baik berupa vitamin maupun mineral. Buah sukun turut mengandung berbagai senyawa fitokimia penting yang dibutuhkan tubuh, terutama asam *amino esensial*, seperti *methionin, isoleusin, lysine, vialin, histidine, serta tryptophan* (Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Hortikultura, 2023).

Maka dari itu tujuan penelitian ini bermaksud untuk membuat pengembangan buah sukun dengan inovasi stick sukun dengan menggunakan metode *design thinking*. Penerapan metode *design thinking* dinilai mampu menjadi solusi dalam menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada, terutama dalam mempermudah pengguna dalam menggunakan *prototype* yang telah dikembangkan. Selain itu, pengalaman pengguna yang diperoleh melalui pendekatan tersebut juga dapat menghasilkan hasil yang lebih optimal dan efektif. (Zuhdi, H. I. 2020).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan memahami fenomena sosial secara mendalam berdasarkan pengalaman, pendaptan, serta kondisi yang terjadi di lapangan. Menurut (Sugiyono, 2022), metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti objek yang alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama serta menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, perilaku, dan hasil pengamatan. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan *design thinking*, kemudian dilakukan analisis melalui penggunaan empat tahap teori *design thinking*: yang terdiri dari lima tahapan yaitu: *empathy, define, ideation, prototype, test*.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan di lingkungan kampus dan sekitarnya. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui rendahnya minat konsumen terhadap sukun yang selama ini bertujuan sebagai makanan tradisional. Selain observasi, penelitian ini juga menggunakan teknik wawancara kepada 7 responden yang terdiri dari mahasiswa dan masyarakat sekitar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Emphatize

Tahap *emphatize* dalam metode *design thinking* merupakan proses memahami kebutuhan, kebiasaan, dan permasalahan konsumen sebelum menciptakan inovasi produk. Berdasarkan hasil observasi menyatakan bahwa sukun selama ini identik dengan makan tradisional yang lebih disukai oleh kalangan orang tua, seperti sukun goreng, sukun kukus, maupun sukun yang di olah menjadi gerubi. kondisi tersebut menunjukkan bahwa generasi muda cenderung kurang tertarik terhadap olahan sukun karena dianggap kurang menarik,

memiliki tampilan yang monoton, serta kalah saing dengan camilan kekinian seperti stick kentang yang memiliki variasi rasa dan kemasan menarik. Kondisi ini menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada bahan baku sukun, melainkan kurangnya inovasi dalam bentuk, rasa dan penyajian produk.

Berdasarkan observasi ini, peneliti juga memahami bahwa generasi Z memiliki karakteristik konsumsi yang lebih menyukai produk praktis, memiliki tampilan visual menarik, serta mengikuti tren makanan modern. Oleh karena itu, inovasi stick sukun dengan variasi rasa balado, coklat, dan greentea dikembangkan sebagai solusi untuk menyesuaikan produk pangan lokal dengan kebutuhan pasar saat ini. Menurut (Strom & Smith, 2023), tahap *empathize* dalam *design thinking* bertujuan memahami kebutuhan konsumen melalui pendekatan *human centered* sehingga inovasi yang dihasilkan lebih relevan dengan kebutuhan konsumen. *design thinking* dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi produk melalui pemahaman pengalaman pengguna sebelum menciptakan solusi (Rosch dkk., 2023). Hal ini tercermin pada inovasi stick sukun yang mengubah citra sukun dari makanan tradisional menjadi camilan modern yang lebih diminati generasi muda,

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan “*sukun sebenarnya rasanya enak, tetapi kurangnya inovasi dan rasanya monoton sehingga jarang diminati anak muda*” (Jawaban Mbak Lia). Pernyataan tersebut menunjukkan adanya kebutuhan inovasi agar pangan lokal dapat diterima oleh generasi muda. Selain itu, responden lain menyatakan bahwa “*jika sukun di olah seperti camilan kekinian dengan berbagai varian, bentuk penyajiannya yang berbeda, memungkinkan anak muda akan lebih tertarik*” (Jawaban Ibu Luluk). Hal ini memperlihatkan bahwa inovasi rasa dan bentuk produk menjadi faktor penting untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Menurut (Muslem, 2025), generasi Z cenderung menyukai produk inovatif, kreatif dan mengikuti perkembangan tren modern. Oleh karena itu, pengembangan stick sukun dengan variasi rasa balado, coklat, dan greentea menjadi strategi yang tepat dalam meningkatkan daya tarik produk pangan lokal. Empati dalam *design thinking* menjadi faktor penting dalam menciptakan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan nyata konsumen (Zulaikha et al, 2023). Dengan demikian, tahap *empathize* pada inovasi stick sukun menunjukkan adanya upaya memahami kebutuhan pasar modern sekaligus mengembangkan pangan lokal menjadi produk yang lebih kreatif, inovatif, dan memiliki daya saing tinggi.

2. Define

Tahap *define* dalam metode *design thinking* merupakan proses merumuskan inti permasalahan berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan dan pengalaman pengguna pada tahap *empathize*. Pada penelitian ini, tahap *define* dilakukan dengan mengidentifikasi penyebab rendahnya minat generasi muda terhadap olahan sukun tradisional. Berdasarkan hasil observasi bahwa sukun selama ini masih dipersepsikan sebagai makanan tradisional yang kurang menarik karena hanya diolah dengan cara sederhana. Selain itu, kurangnya inovasi pada bentuk, rasa, serta tampilan produk menyebabkan sukun kalah saing dengan camilan modern yang lebih diminati generasi muda.

Pada tahap *define*, berdasarkan hasil observasi peneliti merumuskan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada kualitas bahan pangan sukun, melainkan pada citra produk yang dianggap kuno dan tidak sesuai dengan selera pasar modern. Generasi Z lebih

menyukai makanan ringan yang praktis, menarik, serta tersedia dalam berbagai varian rasa. Oleh karena itu, diperlukan inovasi produk yang mampu mengubah persepsi masyarakat terhadap sukun agar lebih modern dan memiliki jual tinggi. Proses perumusan masalah ini menjadi dasar munculnya ide inovasi stick sukun dengan varian rasa balado, coklat, dan greentea sebagai solusi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen masa kini.

Menurut (Sari & Nugroho, 2022), tahap *define* dalam *design thinking* berfungsi untuk mengidentifikasi masalah utama konsumen secara spesifik agar solusi yang dihasilkan lebih tepat sasaran. Teori tersebut mendukung penelitian ini karena peneliti berhasil menemukan bahwa rendahnya minat masyarakat terhadap sukun yang disebabkan oleh kurangnya inovasi produk dan ketidaksesuaian dengan preferensi generasi muda. Selain itu (Prasetyo & Ramadhani, 2021) menyatakan bahwa inovasi produk menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing usaha, terutama pada produk pangan lokal yang membutuhkan pembaruan agar mampu bersaing di pasar modern. Hal ini terlihat pada inovasi stick sukun yang mengubah bahan pangan tradisional menjadi cemilan modern dengan konsep kekinian.

Permasalahan rendahnya minat masyarakat terhadap sukun juga berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap tampilan dan variasi produk. Menurut (Wulandari & Fitriani, 2023) menjelaskan bahwa Generasi Z lebih tertarik pada produk makanan yang memiliki visual menarik, variasi rasa, dan sesuai dengan tren media sosial. Oleh sebab itu, pengembangan stick sukun dengan rasa balado, coklat, dan greentea menjadi strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen muda. Menurut (Hidayat & Lestari, 2024), menyatakan bahwa inovasi berbasis pangan lokal dapat meningkatkan nilai ekonomi suatu produk sekaligus memperluas peluang usaha masyarakat.

Kesimpulanya, pada tahap *define* ini inovasi stick sukun menunjukkan adanya proses identifikasi masalah secara terarah, yaitu rendahnya minat generasi muda terhadap olahan sukun tradisional akibat kurangnya inovasi produk. Melalui perumusan masalah tersebut, dihasilkan solusi inovatif berupa stick sukun dengan variasi rasa yang sesuai kebutuhan dan preferensi konsumen masa kini.

3. Ideate

Tahap *ideate* dalam metode *design thinking* merupakan proses menghasilkan ide kreatif sebagai solusi atas permasalahan yang telah ditemukan pada tahap sebelumnya. Pada penelitian ini, tahap *ideate* menggunakan teknik SCAMPER (*Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to Another Use, Eliminate, dan Reverses*) untuk mengembangkan inovasi stick sukun sebagai camilan modern berbasis pangan lokal. Berdasarkan hasil identifikasi masalah, diketahui bahwa sukun kurang diminati oleh generasi muda, oleh karena itu peneliti mengembangkan inovasi stick sukun dengan berbagai varian rasa.

Pada aspek *Substitute* (mengganti), peneliti mengganti bahan dasar camilan stick yang umumnya menggunakan kentang di ganti dengan sukun sebagai bahan pangan lokal. Penggantian ini dilakukan karena sukun memiliki potensi besar sebagai sumber pangan, namun masih kurang diminati akibat citra tradisional yang melekat pada produk tersebut. Menurut (Serrat, 2021), teknik *Substitute* dalam SCAMPER bertujuan menemukan inovasi dengan mengganti bahan, proses, atau komponen produk agar menghasilkan nilai baru yang lebih menarik bagi konsumen.

Pada aspek *Combine* (menggabungkan), peneliti menggabungkan stick sukun ini

dengan berbagai varian rasa seperti balado, coklat, dan greentea untuk meningkatkan daya tarik produk. Kombinasi tersebut disesuaikan dengan preferensi generasi Z yang cenderung menyukai rasa unik dan mengikuti tren makanan kekinian. Menurut (Putri & Ramadhan, 2022), kombinasi inovasi rasa pada produk makanan dapat meningkatkan minat beli konsumen karena memberikan pengalaman konsumsi yang lebih variatif dan menarik.

Pada aspek *Adapt* (menyesuaikan), inovasi dilakukan dengan menyesuaikan produk sukun terhadap gaya hidup generasi Z yang lebih menyukai makanan praktis dan modern. Selain bentuk produk yang dibuat menyerupai snack modern, kemasan stick sukun juga dikembangkan menggunakan *pouch snack* yang lebih menarik dan praktis. Menurut (Wulandari & Prasetyo, 2024), penyesuaian produk terhadap karakteristik pasar dalam pengembangan inovasi pangan agar produk lebih mudah diterima konsumen.

Pada aspek *Modify* (memodifikasi), peneliti mengubah bentuk olahan sukun yang biasanya dikukus atau digoreng biasa di modifikasi menjadi camilan berbentuk stick tipis menyerupai snack kekinian. Modifikasi bentuk ini bertujuan meningkatkan daya tarik visual dan mempermudah konsumsi produk. Menurut (Hidayat & Kusuma, 2023) menjelaskan bahwa modifikasi bentuk dan tampilan produk pangan lokal dapat meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap kualitas produk.

Pada aspek *Put to Another Use* (menggunakan ulang), sukun yang sebelumnya hanya dimanfaatkan sebagai makanan rumah tangga kini dikembangkan menjadi produk kewirausahaan yang memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi. Inovasi ini menunjukkan bahwa pangan lokal memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi peluang usaha kreatif berbasis kebutuhan pasar modern.

Pada aspek *Eliminate* (menghilangkan), peneliti mencoba menghilangkan citra tradisional sukun yang dianggap kurang menarik oleh generasi muda dengan menghadirkan konsep produk yang lebih modern dan kekinian. Menurut (Sari & Wijaya, 2021), proses evaluasi dan penghilangan kekurangan produk merupakan bagian penting dalam inovasi agar produk lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pada aspek *Reverse* (membalikan), peneliti mengubah persepsi masyarakat terhadap sukun yang sebelumnya dianggap sebagai makanan tradisional menjadi camilan modern yang dapat di terima oleh semua kalangan. Inovasi ini membuktikan bahwa bahan pangan lokal dapat dikembangkan menjadi produk yang lebih inovatif dan memiliki daya saing tinggi apabila dipadukan dengan kreativitas dan strategi pemasaran yang tepat.

Penerapan teknik SCAMPER pada tahap ideate menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi dapat menghasilkan pengembangan produk pangan lokal yang lebih modern, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi stick sukun tidak hanya meningkatkan nilai tambah sukun sebagai bahan pangan lokal, tetapi juga membuka peluang usaha kewirausahaan yang lebih kompetitif di era modern.

4. *Prototype*

Tahap *prototype* dalam metode *design thinking* merupakan proses mewujudkan ide inovasi kedalam bentuk produk nyata yang dapat diuji secara langsung kepada konsumen. Pada penelitian ini, tahap *prototype* dilakukan dengan menciptakan produk stick sukun sebagai bentuk inovasi pangan lokal yang disesuaikan dengan kebutuhan generasi muda. Produk ini dikembangkan berdasarkan rendahnya nilai jual sukun dan minatnya generasi Z terhadap olahan sukun tradisional. Oleh karena itu, peneliti melakukan inovasi dengan

mengubah sukun menjadi stick tipis menyerupai stick kentang serta menambahkan variasi rasa balado, coklat, dan greentea agar lebih menarik bagi konsumen muda.

Tahap *prototype* ini berkaitan erat dengan tahap *empathize* dan *define* sebelumnya, dimana peneliti telah mengidentifikasi bahwa generasi muda lebih tertarik pada makanan yang praktis, dan memiliki varian rasa. Berdasarkan hasil identifikasi masalah tersebut, *prototype* stick sukun ini di buat bersama pada 31 Desember 2025 sebagai bentuk realisasi ide inovasi produk. Pembuatan *prototype* tidak hanya berfokus pada produk utama, tetapi juga pada aspek kemasan dan informasi produk. Revisi *prototype* dilakukan dengan mengganti kemasan menjadi pouch snack yang lebih menarik dan menambahkan label atau stiker sebagai media informasi produk kepada konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa produk tidak hanya memperhatikan ras, tetapi juga tampilan visual dan strategi pemasaran.

Menurut (Hidayat & Lestari, 2024), tahap *prototype* dalam inovasi produk berfungsi untuk menguji kelayakan ide sebelum dipasarkan secara luas sehingga pelaku usaha dapat mengetahui kekurangan produk lebih awal. Teori tersebut mendukung pengembangan stick sukun karena *prototype* digunakan sebagai media untuk memperoleh masukan konsumen terkait rasa, bentuk, dan kualitas produk. Selain itu, menurut (Sari & Nugroho, 2022) menjelaskan bahwa pembuatan *prototype* dalam *design thinking* membantu pengembangan produk memahami respons pasar secara langsung sehingga inovasi dapat disempurnakan sesuai kebutuhan konsumen.

5. Test

Tahap *test* dalam metode *design thinking* merupakan proses pengujian produk kepada pengguna untuk memperoleh umpan balik sebagai dasar evaluasi dan penyempurnaan produk. Pada penelitian ini, tahap *test* dilakukan setelah *prototype* stick sukun selesai dibuat dengan melibatkan beberapa responden untuk mencoba produk secara langsung. Pengujian dilakukan terhadap berbagai aspek, seperti rasa, tekkstur, bentuk dan daya tarik produk. Tahap ini berkaitan erat dengan proses *prototype* sebelumnya karena bertujuan mengetahui sejauh mana inovasi stick sukun mampu memenuhi kebutuhan dan prefensi konsumen, khususnya generasi Z.

Berdasarkan hasil pengujian, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap inovasi stick sukun, terutama pada varian balado yang dianggap paling sesuai dengan selera konsumen. Namun, konsumen juga memberikan beberapa masukan terkait kualitas produk. Responden menyarankan agar varian balado tidak di beri garam maupun gula sebelum digoreng karena dapat memepengaruhi cita rasa akhir produk. Selain itu, rasa coklat dinilai terlalu manis, sedangkan rasa greentea kurang terasa akibat terlalu banyak campuran minyak. Dari segi bentuk, pengirisan sukun masih dinilai kurang tipis dan belum menyerupai stick secara maksimal sehingga memepengaruhi tampilan dan tekstur produk.

Hasil wawancara dengan beberapa responden menyatakan :

- “*Varian balado lebih enak dibandingkan rasa lain, ada gurih, pedas kombinasi yang pas*” (Jawaban Ibu Luluk).
- “*Rasa coklat terlalu manis, mungkin terlalu banyak campuran coklat lebih baik campuran coklatnya sedikit dikurangi*” (Jawaban Mbak Retno).
- “*Rasa greentea nya terlalu berminyak, tampilanya juga kurang menarik dibandingkan dengan varian balado dan coklat*” (Jawaban Mbak Mela).
- “*Olahan sukun ini sudah menarik, rasanya juga enak tetapi teksturnya sedikit keras*”

dan bentuknya kurang tipis” (Jawaban Ibu Sopiya).

Beberapa pernyataan di atas dapat menjadi bahan evaluasi pengembangan produk stick sukun, konsumen bukan hanya memperhatikan rasa tetapi tekstur dan bentuk dalam menentukan ketertarikan pada suatu produk makanan.



Gambar 1. Wawancara Dengan Pengguna

Menurut (Hidayat & Lestari, 2024), tahap *test* dalam pengembangan produk sangat penting karena menjadi saran untuk mengetahui tingkat penerimaan konsumen terhadap inovasi yang dikembangkan. Melalui proses pengujian, pelaku usaha dapat memahami kekurangan produk sehingga dapat dilakukan perbaikan sebelum dipasarkan secara luas. Teori ini sesuai dengan inovasi stick sukun yang mengalami evaluasi berdasarkan tanggapan konsumen terkait rasa, bentuk, dan tekstur produk.

Menurut (Rahmawati & Kurniawan, 2022) menyatakan bahwa umpan balik konsumen merupakan faktor penting dalam pengembangan produk inovatif karena dapat membantu pelaku usaha menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar. dalam penelitian ini, berbagai kritik dan saran dari responden menjadi dasar untuk memperbaiki kualitas stick sukun agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen modern. Hal tersebut menunjukkan bahwa proses pengujian tidak hanya sebagai evaluasi produk, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh hasil dan pembahasan dari lima tahapan *design thinking*, dapat disimpulkan bahwa inovasi stick sukun merupakan bentuk kreativitas dan inovasi kewirausahaan yang berhasil mengembangkan pangan lokal menjadi produk yang lebih modern dan menarik.

- a. Tahapan *empathize*, memahami bahwa generasi muda kurang tertarik dengan olahan sukun yang masih tradisional dan kurang mengikuti perkembangan zaman.
- b. Tahapan *define*, menyadari bahwasanya masalah utamanya bukan terletak pada bahan baku sukun melainkan kurangnya inovasi dalam pengolahannya.

- c. Tahapan *ideate*, mencari solusi dengan teknik SCAMPER kemudian menghasilkan berbagai gagasan kreatif dengan mengubah sukun menjadi stick sukun serta menambahkan berbagai varian.
- d. Tahapan *prototype*, pembuatan *prototype* ini membantu melihat secara langsung kekurangan produk sebelum dipasarkan.
- e. Tahapan *test*, tahapan uji coba ini mendapatkan kritik dan saran dari konsumen terkait rasa, bentuk, tekstur, dan kemasan. Meskipun masih perlu beberapa perbaikan agar kualitas produk menjadi baik.

Secara keseluruhan, penerapan lima tahapan *design thinking* membantu peneliti dalam menciptakan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi stick sukun tidak hanya meningkatkan nilai tambah sukun sebagai pangan lokal, tetapi juga membuka peluang usaha yang menjanjikan serta membuktikan bahwa bahan pangan tradisional dapat dikembangkan menjadi produk modern yang memiliki daya saing di kalangan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, N., Andryana, S., & Gunaryati, A. (2021). Perancangan User Experience Aplikasi Mobile Charity Menggunakan Metode Design Thinking. *Jurnal SISFOTENIKA*, 26- 36.
- Hidayat, T., & Lestari, A. (2024). “Pemanfaatan Pangan Lokal Melalui Inovasi Produk untuk Meningkatkan Nilai Ekonomi.” *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat dan Kewirausahaan*, 5(1), 88–97.
- Hidayati, L., & Kusuma, R. (2023). *Pemanfaatan Pangan Lokal untuk Pengembangan Produk Camilan Modern*.
- Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal Hortikultura. (2023). Manfaat Buah Sukun, Diakses dari <https://hortikultura.pertanian.go.id/manfaat-buah-sukun/> , pada tanggal 10 Mei 2026.
- Muslem, M. (2025). *Reconstruction of a Design Thinking-Based Moral Education Learning Model for Generation Z*.
- OECD. (2021). *The Digital Transformation of SMEs*. Paris: OECD Publishing.
- Prasetyo, H., & Ramadhani, N. (2021). “Inovasi Produk Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Digital.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 55–66.
- Prasetyo, H., & Ramadhani, N. (2021). “Inovasi Produk Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Era Digital.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 10(1), 55–66.
- Putri, R., & Ramadhan, F. (2022). *Inovasi Produk Pangan Lokal sebagai Strategi Peningkatan Minat Konsumen*.
- Rahmawati, D., & Nugroho, A. (2023). *Penerapan Design Thinking dalam Pengembangan Produk UMKM*.
- Rahmawati, I., & Kurniawan, B. (2022). “Kreativitas dan Inovasi Produk dalam Pengembangan Usaha Berbasis Pangan Lokal.” *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*, 6(2), 134–143.
- Rösch, N., Tiberius, V., & Kraus, S. (2023). *Design Thinking for Innovation: Context Factors, Process, and Outcomes*. *European Journal of Innovation Management*.

- Sari, D. P., & Nugroho, A. (2022). "Penerapan Design Thinking dalam Pengembangan Inovasi Produk UMKM Pangan Lokal." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Indonesia*, 7(2), 112–120.
- Sari, N., & Wijaya, T. (2021). *Kreativitas dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM*.
- Storm, J., & Smith, A. (2023). *Empathize with Whom? Adopting a Design Thinking Mind-Set to Stimulate Sustainability Initiatives in Chinese SMEs*. *Sustainability*, 15(1), 252.
- Syafiq. (2025). Prospek Industri Mamin 2025, Apa saja Indikator Pertumbuhannya?. Diakses dari <https://www.shafiq.id/berita/461/prospek-industri-mamin-2025-apa-saja-indikator-pertumbuhannya/baca>, pada tanggal 10 Mei 2026.
- Waldi, R. D. (2024). Sukun Sebagai Solusi Menghadapi Krisis Pangan Dan Upaya Pemeliharaan Warisan Budaya Indonesia. Diakses dari <https://www.rimbarayaindonesia.or.id/sukun-sebagai-solusi-menghadapi-krisis-pangan-dan-upaya-pemeliharaan-warisan-budaya-indonesia>, pada tanggal 09 Mei 2026.
- Wulandari, S., & Fitriani, R. (2023). "Perilaku Konsumen Generasi Z terhadap Produk Makanan Kekinian." *Jurnal Ilmu Konsumen Indonesia*, 8(3), 201–210.
- Wulandari, S., & Prasetyo, B. (2024). *Pengembangan Snack Berbasis Pangan Lokal dengan Pendekatan Design Thinking*.
- Zuhdi, H. I. (2020). Analisis dan Perancangan User Interface/User Experience dengan Metode Design Thinking pada Sistem Informasi Akademik Universitas Jenderal Soedirman (Doctoral dissertation, Universitas Jenderal Soedirman).
- Zulaikha, E., Andansari, D., & Susandari, H. (2023). *Empathy-Driven Innovation pada Pendekatan User-Centered Design*.