

Penerapan Metode Pendekatan Design Thinking dalam Perancangan Produk Woman Multifunction Pouch

Jessica Debra Sentono, Marina Wardaya

jsentono@student.ciputra.ac.id

Program Studi Visual Communication Design,
Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra, Surabaya

ABSTRAK

Produk *pouch* hari-hari ini menjadi semakin populer dan sedang menjadi tren dikalangan remaja, khususnya perempuan. Banyaknya variasi yang mencakup model, ukuran, desain, efektivitas serta fungsionalitas produk tersebut menjadi salah satu alasan mengapa produk ini banyak diminati oleh kaum perempuan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada tahun 2021, motif floral dan motif geometris merupakan dua dari enam motif tas wanita yang paling populer dan laris di pasaran. Oleh sebab itu, agar dapat memanfaatkan peluang yang ada tersebut, dibuatlah rancangan ide produk *woman multifunction pouch* dengan menggunakan metode pendekatan *design thinking*. *Woman multifunction pouch* merupakan sebuah tas berukuran sedang untuk menaruh berbagai keperluan wanita saat bepergian dengan variasi desain yang tersedia. Ukurannya yang ergonomis menjadikan produk ini mudah dibawa kemanapun dan kapanpun. Metode pendekatan *design thinking* merupakan metode yang sesuai untuk penelitian ini karena dapat melihat *point of view* subjektif dan objektif dalam menentukan keputusan.

Proses pengumpulan ide dan solusi yang dilakukan berdasarkan observasi yang kemudian diklarifikasi oleh pengalaman dari calon pengguna yang menjadi target pasar produk *woman multifunction pouch*. Melalui lima tahapan *design thinking* yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*, mampu memberikan kemudahan peneliti dalam pencarian data, analisa dan identifikasi sebuah permasalahan.

Kata Kunci: *multifunction pouch*, wanita, tren desain, kebutuhan esensial wanita, *design thinking*

ABSTRACT

Pouch products are getting more and more popular these days and are becoming a trend among teenagers, especially girls. The many variations that include models, sizes, designs, effectiveness and functionality of the product are one of the reasons why this pouch product is in great demand by women. Based on a research conducted in 2021, floral motives and geometric motives are two of the six most popular and best-selling women's bag motives on the market. Therefore, in order to take advantage of the existing opportunities, a woman multi-function pouch product idea was made using the design thinking approach. Woman multi-function pouch is a medium-sized bag to store various women's necessities while traveling with a variety of designs available. Its ergonomic size makes this product easy to carry anywhere and anytime. The design thinking approach method is an appropriate method for

this research because it can see subjective and objective points of view in determining decisions.

The process of collecting ideas and solutions based on observations which are then clarified by the experiences of potential users who are the target market for this women's multi-function pouch products. Through five stages of design thinking, namely empathize, define, ideate, prototype, and testing, it is able to provide convenience for researchers in data search, analysis and identification of a problem.

Keywords: multifunction pouch, women, design trends, woman's essentials, design thinking

PENDAHULUAN

Saat ini, penggunaan tas sedang menjadi tren di kalangan perempuan remaja hingga dewasa muda berusia sekitar 15-35th. Hampir semua wanita memiliki berbagai jenis koleksi tas. Tidak bisa dipungkiri, tas memang merupakan salah satu *fashion* item yang paling digemari oleh wanita. Selain dari model dan *design* yang bermacam-macam, mulai dari yang *basic* hingga yang unik, fungsionalitas tas tersebut juga menjadi salah satu hal yang paling diperhitungkan oleh wanita ketika akan memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan informasi yang diperoleh pada tahun 2021 dari *Tribun Lifestyle*, terdapat 10 jenis tas yang paling banyak dimiliki dan digunakan oleh wanita, diantaranya;

sling bag, mini backpack, bucket bag, clutch bag, shop bag, tote bag, shopper bag, waist bag, pouch walleye, messenger bag, dan baguette bag. Sebenarnya, *pouch wallet* tidak termasuk jenis tas. Namun, bentuknya yang pas dan efisien sangat cocok digunakan untuk acara santai dan *hangout* serta kapanpun dan dimanapun ketika bepergian. Ukurannya sangat pas memuat *handphone*, kartu, kunci, hingga keperluan esensial wanita lainnya yang perlu dibawa saat bepergian.

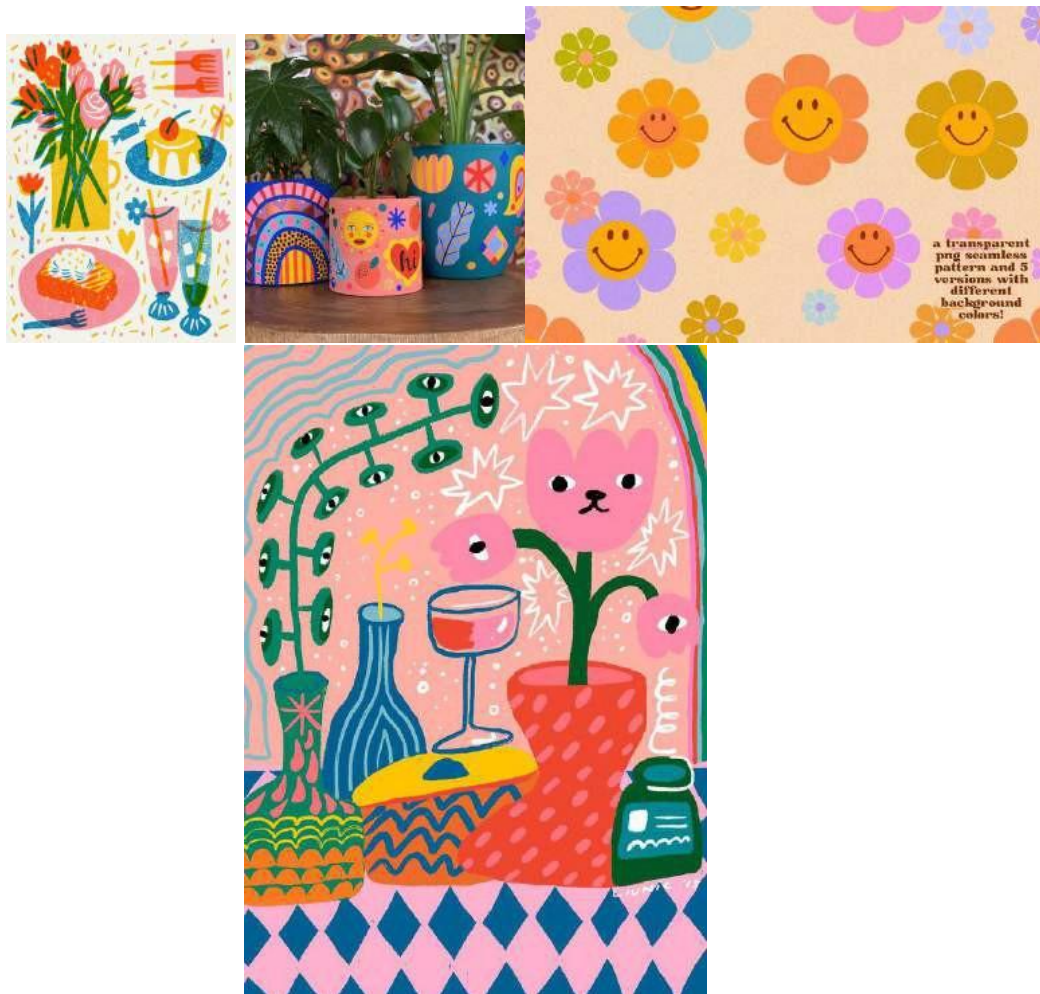
Elemen desain yang ada dalam suatu produk juga sangat berpengaruh dalam menarik minat calon. Berdasarkan *99designs*, gaya desain retro dan *doodles* menjadi salah satu gaya desain yang menjadi tren pada tahun 2022 dan sedang *in* di kalangan perempuan remaja hingga dewasa muda. Gaya desain tren menjadi tren semenjak pandemi karena gaya desain tren memiliki nuansa yang minimalis dengan warna-warna yang *colorful* namun tetap familiar dan nyaman dipandang. Sedangkan untuk gaya desain *hand-drawn doodles*, gaya desain ini menarik perhatian banyak generasi dewasa muda karena adanya desain karakter unik yang *relatable* dengan mereka.

“Everything old and retro is new again! People want familiarity and comfort mixed with minimalism—life was overwhelming pre-pandemic. People want to slow down, reflect and have fun



- Joanna Alves, Creative Manager, Product Creation and Experience at Vista

*Gambar 1 Gaya Desain Retro
Sumber: 99designs.com*



*Gambar 2-5 Contoh gaya desain dengan retro dan hand-drawn doodle
Sumber: pinterest.com*

Maka dari itu, berdasarkan observasi terhadap *tren tas* dan *style design* yang telah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih lanjut mengenai *tren tas* dan *style design*

terhadap sekelompok wanita yang menjadi target *market* serta kemudian merancang sebuah ide bisnis berupa penjualan produk *multifunction pouch* dengan metode pendekatan *design thinking* dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk merancang desain dari *pouch*, serta inovasi seperti apa yang memungkinkan untuk dirancang untuk lebih memenuhi kebutuhan *user*.

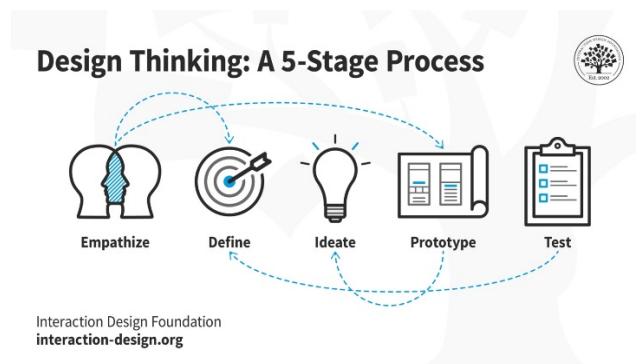
Selain mengenai jenis desain yang paling diminati wanita berusia dewasa muda, penelitian ini juga bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan mereka pada saat bepergian.

Seperti yang dilansir oleh *Best Present Guide* mengenai barang-barang apa saja yang harus selalu ada di dalam tas wanita, terdapat 11 barang yang disebutkan, di antara lain; parfum, gadget, dompet, tissue, *charger*, beberapa peralatan *makeup*, *hand sanitizer*, pembalut, dan cermin.

Metode pendekatan *design thinking* merupakan metode yang sesuai untuk penelitian ini karena metode ini berpusat pada manusia sebagai pusat inovasi ide bisnis.

KAJIAN PUSTAKA

Seperti yang dikutip pada jurnal VCD, “*Design thinking (DT) is a creative problem-solving method that is based on user needs.*” Artinya, metode *design thinking* ini merupakan metode yang digunakan dalam proses perancangan ide bisnis pembuatan *multifunction pouch* karena pada proses perancangan dan pengembangan inovasi yang didukung oleh pemahaman secara menyeluruh melalui pengamatan secara langsung terhadap calon pengguna sebagai acuan untuk mengetahui kebutuhan dan minat pengguna, serta solusi apa saja yang cukup efektif untuk mengatasi masalah yang ada.



Gambar 6 Lima Tahapan Metode *Design Thinking*
Sumber: www.interaction-design.org

1. *Empathize*

Tahap pertama dari proses *Design Thinking* menuntut pemahaman yang empatik mengenai masalah yang akan dipecahkan, dan dilakukan dengan riset pengguna melalui observasi. Tahap ini melibatkan calon pengguna dan berusaha sejauh mungkin untuk memahami posisi mereka sehingga dapat menemukan & memberikan solusi yang tepat.

2. *Define*

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan informasi yang telah dikumpulkan selama tahap *Empathize* serta menganalisis dan membuat sintesis untuk menentukan masalah inti yang telah diidentifikasi.

3. *Ideate*

Tahap ketiga proses ini peneliti mulai menghasilkan ide-ide dan solusi baru dari informasi yang sudah dikumpulkan pada fase *Empathize & Define*.

4. *Prototype*

Pada tahap keempat, dibuat perancangan *prototype* dari ide-ide yang telah dibuat dan direalisasikan ke dalam bentuk riil dari solusi tersebut. *Prototype* dapat berupa sejumlah versi produk yang murah dan diperkecil, guna mengetahui apakah ide-ide tsb sudah sesuai atau belum.

5. *Test*

Pada tahap terakhir, *prototype* yang telah selesai diuji menggunakan solusi terbaik yang telah diidentifikasi selama proses pembuatan *prototype*. Setelah itu, dilakukan *user testing* terhadap *prototype multifunction pouch*. Pada tahap ini, *feedback* yang diberikan *user* menjadi hal yang sangat penting dalam proses perbaikan produk.

METODE PENELITIAN

1. *Empathize*

Pada tahap ini penelitian dilakukan dengan observasi pada calon *user* untuk mendapatkan informasi awal yang dibutuhkan melalui kuesioner (*google form*) yang disebarkan kepada sekelompok wanita. Data yang dikumpulkan berupa informasi mengenai kebutuhan dan minat calon *user* mengenai desain *retro* dengan ilustrasi yang paling diminati terhadap produk *pouch*, serta barang-barang apa saja yang biasa mereka bawa di dalam tasnya.

Tabel 1 Daftar kriteria kuesioner

No.	Kriteria Wawancara
1.	Wanita berusia 18-27th
2.	Tinggal di perkotaan
3.	Suka bepergian

Tabel 2 Daftar pertanyaan kuesioner

No.	Kriteria Wawancara
1.	Apakah anda sering menggunakan <i>pouch</i> ?
2.	Centang barang-barang dibawah ini yang PASTI selalu kamu bawa di dalam tas/ <i>pouch</i> kamu (dompet, kunci, sisir, tissue, pembalut, <i>handphone</i> , dsb)
3.	Faktor apa saja yang membuat kamu membeli suatu tas? (model, desain, ukuran, harga, <i>brand</i> , dsb)
4.	Menurut anda, ukuran paling pas untuk sebuah <i>pouch</i> itu seberapa? A. Kecil (bisa masuk ke dalam tas) B. Medium (pas untuk langsung dibawa di tangan) C. Besar (bisa dijadikan tas & muat banyak barang)

5.	<p>Dari gambar dibawah ini, manakah desain yang paling menarik perhatianmu?</p> <p>A. <i>Cute & Trippy - Bold Colour</i> B. <i>Vintage - Soft Colour</i></p>  <p>C. <i>Basic Aesthetic with text</i></p> 
6.	Kenapa memilih desain tersebut?
7.	Apakah kamu tertarik untuk membeli tas dengan desain yang kamu pilih tadi?
8.	<p>Berapakah harga yang menurut kamu paling pas untuk lokal <i>brand</i> yang menjual tas?</p> <p>A. Rp. 60.000 - Rp. 100.000 B. Rp. 100.000 - Rp. 200.000 C. Rp. 200.000 - Rp. 300.000</p>

2. Define

Pada tahap ini, identifikasi masalah dilakukan dengan observasi terhadap hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada calon *user* untuk menentukan gaya desain, ukuran, serta *detail* lainnya mengenai *pouch* yang akan dirancang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon *user*.

3. Ideate

Pada tahap ini peneliti melakukan *brainstorming* bersama dengan tim atau sekelompok orang yang akan membantu proses perancangan *pouch* sesuai dengan *role* mereka masing-masing (*hustler*, *hipster*, *hacker*) untuk menciptakan sebuah solusi terbaik yang efektif.

4. Prototype

Pada tahap ini, dilakukan pembuatan *prototype* untuk memvisualisasikan ide-ide atau solusi yang telah dirancang. Pertama-tama, *prototype* dilakukan dengan membuat sketsa kasar dari bentuk *pouch* serta desainnya. Setelah itu, desain yang telah digambar secara manual akan diubah kedalam bentuk digital dan dicetak pada kain yang kemudian akan dijahit sesuai dengan bentuk desain *pouch* yang diinginkan.

Pembuatan *prototype* dilakukan dengan tujuan agar calon *user* dapat berinteraksi secara langsung dan memberikan *feedback* terhadap produk tersebut. Perancangan *prototype* dilakukan dengan jenis *High Fidelity Prototyping*, yang artinya hasil *prototype* dirancang semirip mungkin dengan hasil akhir dari produk yang akan dibuat.

5. Testing

Tahap pengujian akan dilakukan kepada calon *user* sesuai dengan kriteria pada tahap pertama. Pengujian akan dilakukan dengan menampilkan *prototype* kepada mereka baik secara langsung maupun secara *online* (melalui gambar *prototype*) dan kemudian meminta *feedback* dari mereka mengenai hasil *prototype* melalui pengisian kuesioner (*google form*). Jika *feedback* yang diterima sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon *user*, maka perancangan *pouch* akan dilanjutkan ke tahap selanjutnya. Tetapi jika sebaliknya, maka akan dilakukan revisi atau perbaikan terhadap produk sesuai dengan *feedback* yang telah diberikan oleh calon *user*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Empathize

Hasil yang diperoleh dari tahap ini berisi informasi dari calon *user* yang akan menjadi acuan perancangan desain produk *multifunction pouch*. Tabel III berisi kesimpulan permasalahan yang dari hasil kuesioner yang telah dibagikan.

Tabel 3 Kesimpulan permasalahan

No.	Kesimpulan Permasalahan
1.	12 dari 15 <i>user</i> perlu untuk membawa <i>pouch</i> saat bepergian keluar untuk membawa barang-barang esensial wanita mereka seperti; <i>makeup</i> , dompet, <i>handphone</i> , pembalut, dsb.
2.	Model/bentuk, ukuran, serta desain pada tas menjadi faktor terbesar bagi <i>user</i> saat memutuskan akan membeli suatu tas.
3.	<i>User</i> memerlukan ukuran <i>pouch</i> yang pas, yaitu berukuran kecil-medium yang mudah untuk dibawa kemana-mana.
4.	Jenis tren desain yang paling banyak diminati <i>user</i> adalah <i>Basic Aesthetic with Text</i> , diikuti dengan <i>Vintage - Soft Colour</i> , dan yang terakhir adalah <i>Cute & Trippy - Bold Colour</i> .

2. Define

Pada tahap ini, permasalahan akan dikategorikan untuk mempermudah proses perancangan solusi yang efektif dari tiap permasalahan tersebut.

Tabel 4 Kategori permasalahan

Permasalahan	Kategori
Kebutuhan user untuk memuat & membawa keperluan esensial mereka.	Kebutuhan
Barang-barang esensial wanita yang selalu dibutuhkan mereka saat bepergian (pembalut, tisu kering & basah, <i>makeup</i> , dsb).	Kebutuhan
Pembalut sekali pakai merupakan produk yang tidak ramah lingkungan.	Jenis produk
Ukuran dan bentuk <i>pouch</i> yang menjadi faktor terbesar pada minat dan kebutuhan <i>user</i> .	Efektivitas & efisiensi

Mengetahui tren desain untuk diaplikasikan pada <i>pouch</i> yang sesuai dengan minat sebagian besar <i>user</i> .	Desain
--	--------

3. Ideate

Pada tahap ini, peneliti sudah mendapatkan tujuan utama dari perancangan produk *multifunction pouch* wanita, yaitu kebutuhan dan minat *user* terhadap produk *multifunction pouch* ini, seperti seberapa ukuran *pouch* yang akan dibuat dan bagaimana model dan desainnya.

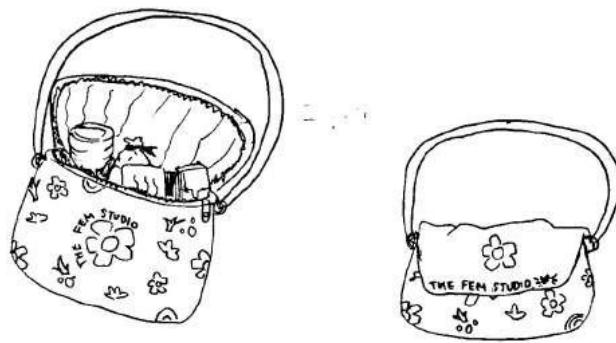
Tabel 5 Solusi

Permasalahan	Solusi
Kebutuhan user untuk memuat dan membawa keperluan esensial mereka	Merancang sebuah <i>multifunction pouch</i> yang dapat dibeli satuan atau bersamaan dengan produk esensial wanita (tisu, <i>menstrual cup</i> , <i>menstrual heat pad</i>)
Barang-barang esensial wanita yang selalu dibutuhkan mereka saat bepergian	Menyediakan berbagai kebutuhan esensial wanita seperti tisu, <i>menstrual cup</i> , <i>menstrual heat pad</i> , serta tisu basah & kering yang dapat dibeli bersamaan/ satuan dengan <i>pouch</i>
Pembalut sekali pakai merupakan produk yang tidak ramah lingkungan	Penggunaan pembalut sekali pakai diganti menjadi <i>menstrual cup (eco friendly & reusable)</i>
Ukuran dan bentuk <i>pouch</i> yang menjadi faktor terbesar pada minat dan kebutuhan <i>user</i>	Membuat <i>pouch</i> dengan 2 pilihan ukuran yakni kecil (yang dapat dimasukkan kedalam tas), dan medium (dapat dibawa di tangan)
Mengetahui tren desain untuk diaplikasikan pada <i>pouch</i> yang sesuai dengan minat sebagian besar <i>user</i>	Membuat desain dengan <i>vintage style</i> menggunakan <i>colour palette</i> yang <i>soft</i>

4. *Prototype*

(Masih berbentuk sketsa kasar karena *prototype* sedang dalam tahap proses pembuatan percetakan desain di kain).

Gambar 7-8 Sketsa kasar awal model/bentuk *pouch*



Gambar 9 Sketsa akhir model/bentuk & desain *pouch*



KESIMPULAN

Tujuan awal penelitian adalah untuk menemukan suatu solusi mengenai minat wanita terhadap desain suatu tas, serta kebutuhan esensial apa saja yang dibawa dalam tas dan diperlukan wanita saat bepergian. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *design thinking*, dimana manusia menjadi pusat ide dalam inovasi ide bisnis yang akan dikembangkan, serta menjadikan kebutuhan dan keinginan *user* sebagai dasar utama dalam perancangan ide dalam kelima tahapan *design thinking* (*empathize*, *define*, *ideate*, *prototyping*, dan *test*). Solusi yang ditemukan adalah merancang sebuah *pouch* dengan desain yang sedang menjadi tren dikalangan wanita berusia dewasa muda dengan ukuran yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan sebagian besar *user* (berdasarkan hasil survei pada tahap *empathize*). Selain *pouch*, menyediakan kebutuhan-kebutuhan esensial yang dibutuhkan wanita saat bepergian (*tissue*, *menstrual cup*, *menstrual heat pad*) yang juga menjadi salah satu solusi yang ditemukan untuk lebih memenuhi kebutuhan *user*.

Sampai saat ini, peneliti sedang berada pada proses pembuatan *prototype*, sehingga hasil *prototype* dan hasil *testing* pada *user* belum dapat ditampilkan pada jurnal ini.

Nantinya saat *prototype* telah selesai, akan dilakukan *testing* pada *user* sehingga dapat menerima *feedback* untuk dijadikan evaluasi dalam perbaikan produk tersebut kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

J, Wendong, “*Applications of Illustrations in Commercial Products.*” *Advances in Social Science, Education, Humanities Research*, vol. 416. Fuzhou University of International Studies and Trade, pp. 206-207, 2020.

W. C. Aswal, G. W. Elyza, “Penerapan Metode Pendekatan *Design Thinking* dalam Rancangan Ide Bisnis Kaligrafi.” Universitas Islam Indonesia.

C. Yueying, “*Analysis of the Application of Illustration Art in Graphic Design.*” *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, vol. 246, pp. 539-541, 2018.

G. P. Olivia, “Implementasi Elemen Desain Yang Diterapkan Pada Perancangan Desain Tas Belanja Fashion Pakai Ulang Superindo.” *Serat Rupa Journal of Design*, July 2018, Vol.2, No.2: 97-118.

N. Rahina, “Peran Desain Grafis Pada Label Kemasan Produk Makanan UMKM.” *Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang*. Vol. IX No. 2 - Juli 2015.

S. S. Agung, “The Effect of Design Thinking Method Toward the Motivation of Visual Communication Design Students In Becoming An Entrepreneur.” *VCD Journal Of Communication Design*. Vol 06 No. 02 - December 2021.

99 Design Team, “12 Inspiring Graphic Design Trends For 2022.”

<https://99designs.com/blog/trends/graphic-design-trends/> (accessed May 07, 2022).

P. P. Bunga, “10 Jenis Tas Wanita yang Wajib Kamu Tahu”,

<https://99designs.com/blog/trends/graphic-design-trends/> (accessed May 06, 2022).

Best Present Guide, “11 Perlengkapan Wanita Ini Harus Selalu Ada Di Dalam Tasnya.”

<https://bp-guide.id/AXVEz8Hy> (accessed May 08, 2022).

Tosiani, “Menstrual Cup, Pembalut Ramah Lingkungan.”

<https://mediaindonesia.com/weekend/228461/menstrual-cup-pembalut-ramah-lingkung> (accessed May 08, 2022)

E. Devina, “Mengenal Menstrual Cup, Alternatif Baru Pengganti Pembalut yang Ramah Lingkungan.” <https://journal.sociolla.com/lifestyle/mengenal-menstrual-cup> (accessed May 08, 2022)