

## Penerapan Metode *Design Thinking* pada Produk Tas Multifungsi 3 in 1 Universatile

Muhammad Sahroni<sup>1\*</sup>, Rizki Agung Nugraha<sup>2</sup>, Muhammad Daffa Ramadhan<sup>3</sup>, Danang Kusnanto<sup>4</sup>

<sup>1\*,2,3,4</sup> Universitas Singaperbangsa Karawang, Kabupaten Karawang, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

Corresponding Email: [2210631020148@student.unsika.ac.id](mailto:2210631020148@student.unsika.ac.id)<sup>1\*</sup>

**Abstrak.** *UniVersatile* merupakan inovasi tas multifungsi yang dikembangkan pada tahun 2024 oleh sekelompok mahasiswa manajemen. Lahir dari proyek kewirausahaan kampus, produk ini hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat urban dengan mobilitas tinggi yang sering menghadapi ketidakpraktisan membawa lebih dari satu tas dalam aktivitas sehari-hari. Selain aspek fungsional, *UniVersatile* juga menyoroti permasalahan lingkungan akibat limbah tekstil, di mana tas berbahan sintetis umumnya memiliki masa pakai pendek dan sulit terurai, menyumbang sekitar 15% dari limbah domestik di Indonesia (KLHK, 2023). Melalui riset pasar dan uji coba langsung kepada konsumen, *UniVersatile* berhasil merancang tas dengan fitur smart pocket, kompartemen khusus, serta material tahan lama untuk mendukung efisiensi, kebersihan, dan keberlanjutan. Inovasi ini tidak hanya menjawab kebutuhan praktis pengguna aktif seperti mahasiswa, pekerja, dan traveler, tetapi juga memberikan alternatif ramah lingkungan terhadap siklus konsumsi produk fashion.

**Kata kunci:** *Design Thinking; Inovasi; Bisnis.*

**Abstract.** *UniVersatile* is a multifunctional bag innovation developed in 2024 by a group of management students. Born from a campus entrepreneurship project, this product was created to address the needs of urban communities with high mobility who often face the inconvenience of carrying more than one bag in their daily activities. Beyond its functional aspects, *UniVersatile* also addresses environmental issues stemming from textile waste, as synthetic bags typically have a short lifespan and are difficult to decompose, contributing approximately 15% of domestic waste in Indonesia (KLHK, 2023). Through market research and direct consumer testing, *UniVersatile* has successfully designed a bag with smart pocket features, special compartments, and durable materials to support efficiency, cleanliness, and sustainability. This innovation not only addresses the practical needs of active users such as students, workers, and travellers, but also provides an environmentally friendly alternative to the fashion product consumption cycle.

**Keywords:** *Design Thinking; Innovation; Business.*

## Pendahuluan

UniVersatile adalah sebuah merek fashion yang bergerak di pasar tas backpack. Merek ini didirikan pada tahun 2024 oleh sekelompok mahasiswa manajemen yang melihat adanya kebutuhan besar dalam masyarakat urban akan tas yang fleksibel, fungsional, dan tahan lama. Berawal dari proyek kewirausahaan kampus, ide ini berkembang menjadi sebuah usaha rintisan yang menghadirkan tas multifungsi untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari, mulai dari kebutuhan untuk bekerja, berolahraga, hingga bepergian. Keberadaan UniVersatile tidak hanya menjawab tantangan yang dihadapi pengguna urban yang sering berpindah-pindah tempat, tetapi juga menawarkan solusi untuk permasalahan lingkungan terkait limbah tekstil. Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh banyak masyarakat urban adalah tingginya tingkat mobilitas. Orang-orang sering kali harus membawa berbagai perlengkapan berbeda untuk kegiatan kuliah, bekerja, olahraga, hingga bepergian. Kondisi ini membuat mereka seringkali membawa lebih dari satu tas, yang tentu saja tidak hanya merepotkan tetapi juga tidak efisien. Untuk itu, dibutuhkan sebuah produk yang dapat mengakomodasi berbagai kebutuhan tersebut dalam satu wadah yang praktis dan multifungsi.

UniVersatile hadir sebagai solusi bagi permasalahan tersebut dengan memperkenalkan tas multifungsi yang dapat digunakan dalam berbagai kesempatan tanpa mengurangi kenyamanan dan kepraktisan penggunaannya. Di sisi lain, penggunaan tas berbahan sintetis yang memiliki masa pakai pendek turut menyumbang tingginya limbah tekstil yang ada di Indonesia. Berdasarkan data dari KLHK (2023), limbah tekstil menyumbang sekitar 15% dari total limbah domestik di Indonesia. Produk tas berbahan sintetis umumnya membutuhkan waktu ratusan tahun untuk terurai, yang memperburuk masalah limbah di lingkungan. Untuk itu, UniVersatile tidak hanya fokus pada fungsionalitas dan kenyamanan, tetapi juga berkomitmen untuk menghadirkan produk yang lebih ramah lingkungan dengan menggunakan bahan yang lebih tahan lama dan mudah terurai. Selain itu,

dalam proses pengembangannya, UniVersatile menggunakan metode *Design Thinking*, yang merupakan pendekatan inovatif dan berpusat pada pengguna dalam merancang produk. Metode ini terdiri dari lima tahap, yaitu *Empathize* (Empati), *Define* (Penetapan), *Ideate* (Ide), *Prototype* (Prototipe), dan *Test* (Uji coba). Melalui tahap *Empathize*, tim UniVersatile berusaha memahami kebutuhan dan permasalahan nyata yang dihadapi oleh pengguna. Di tahap *Define*, tim menyusun pernyataan masalah yang jelas dan spesifik untuk menentukan arah solusi yang akan diambil. Pada tahap *Ideate*, berbagai ide dan solusi dikembangkan untuk mengatasi masalah yang telah didefinisikan. Tahap *Prototype* melibatkan pembuatan prototipe produk yang dapat diuji, dan akhirnya pada tahap *Test*, produk diuji langsung oleh pengguna untuk memperoleh feedback guna penyempurnaan lebih lanjut. UniVersatile tidak hanya menghadirkan produk yang praktis dan multifungsi, tetapi juga berkomitmen untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Melalui pendekatan *Design Thinking*, UniVersatile berhasil menciptakan tas yang memenuhi kebutuhan praktis pengguna sambil tetap memperhatikan aspek keberlanjutan dan efisiensi.



Gambar 1. Logo UniVersatile

## Tinjauan Litaratur

### Inovasi

Inovasi didefinisikan sebagai perilaku yang memungkinkan bagi setiap makhluk hidup

dengan agensi yang disengaja, yang ditandai dengan transformasi struktur atau isi yang ada. Inovasi melibatkan kombinasi memori dan imajinasi, di mana memori menyimpan informasi, dan imajinasi memungkinkan reorganisasi atau rekombinasi informasi tersebut. Yang penting, inovasi tidak dapat terjadi tanpa beberapa tingkat pengulangan, karena bergantung pada struktur yang telah ada sebelumnya, sambil secara bersamaan memperkenalkan elemen-elemen baru, sehingga menciptakan interaksi dinamis antara keduanya (Beltrán García, 2025).

### **Design Thinking**

*Design Thinking* adalah pendekatan yang digunakan untuk memecahkan masalah secara kreatif dengan berfokus pada kebutuhan dan pengalaman pengguna. Menurut Lutfi & Sukoco (2019), terdapat lima tahapan dalam *Design Thinking*, yaitu:

#### 1) *Empathize* (Empati)

Tahap pertama dalam *Design Thinking* adalah Empati. Pada fase ini, perhatian utama difokuskan pada pemahaman mendalam mengenai konsumen, baik dari keperluan, harapan, maupun sasaran mereka, dengan menyoroti faktor psikologis dan emosional. Dengan memahami emosi dan perspektif mereka, tim dapat menciptakan solusi dan produk yang lebih relevan dan sesuai untuk pelanggan. Kegiatan dalam tahap ini mencakup pengamatan langsung, komunikasi, dan wawancara dengan pengguna di lingkungan mereka, sambil menghindari asumsi yang mungkin dimiliki oleh tim.

#### 2) *Define* (Penetapan)

Tahap kedua adalah Penetapan. Pada fase ini, tim akan memproses serta merangkai data yang telah dikumpulkan pada tahap *Empathize*. Data tersebut dianalisis dan disintesis untuk menemukan inti permasalahan yang dihadapi. Proses ini mengarah pada pembuatan pernyataan masalah yang berfokus pada manusia. Tahap *Define* sangat krusial karena menentukan arah langkah-langkah selanjutnya dalam proses *Design Thinking*. Dengan mendefinisikan masalah secara akurat dan fokus pada pelanggan, tim dapat memastikan bahwa solusi yang akan

dikembangkan relevan dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

#### 3) *Ideate* (Ide)

*Ideate* adalah tahap di mana berbagai ide atau gagasan dikembangkan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Tujuannya adalah untuk menghasilkan beragam gagasan, yang kemudian akan dianalisis dan dipilih oleh tim untuk mengidentifikasi opsi terbaik yang dapat mendorong pengembangan produk atau desain yang lebih baik.

#### 4) *Prototype* (Prototipe)

Pada tahap *Prototype*, tim mulai membuat rancangan awal produk untuk mendeteksi kesalahan sejak dini dan memperoleh berbagai kemungkinan baru. Dalam penerapannya, rancangan awal ini akan diuji coba kepada pengguna untuk memperoleh respon dan umpan balik yang berguna untuk menyempurnakan rancangan. Proses ini memberi kesempatan bagi tim untuk menguji gagasan baru secara praktis dan memastikan apakah pemikiran tersebut mampu menyelesaikan tantangan yang ada. Dengan menciptakan prototipe pada beberapa tahap, tim dapat terus mengasah dan mengonfirmasi produk sebelum dipasarkan.

#### 5) *Test* (Uji Coba)

Pengujian dilakukan untuk mengumpulkan berbagai respon pengguna berdasarkan rancangan produk yang telah dibuat dalam proses *Prototype* sebelumnya. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah produk tersebut telah berhasil memenuhi keinginan dan harapan pengguna, atau apakah masih perlu dilakukan perbaikan lebih lanjut.

### **Inovasi Desain**

Inovasi desain mengacu pada proses menciptakan produk atau layanan baru dengan mengamati perubahan standar sosial dan meningkatkan pengalaman pengguna. Inovasi desain menggabungkan kreativitas dan desain untuk memecahkan masalah, dengan tujuan untuk peningkatan berkelanjutan melalui penelitian, kemajuan teknologi, dan permintaan pasar (Alysson & Bernardo, 2021).

### **Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dan kemampuan suatu produk atau layanan untuk

memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Konsumen merasa puas ketika produk yang mereka gunakan menunjukkan kualitas yang baik, yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang. Meningkatkan kualitas produk sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap merek (Syahrani Amni *et al.*, 2024).

## Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam proses penerapan metode *Design Thinking* dalam pengembangan produk tas multifungsi 3 in 1 UniVersatile. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya untuk menangkap fenomena secara alami, memahami kebutuhan pengguna, serta menggali wawasan langsung dari pengalaman dan persepsi informan yang terlibat dalam proses perancangan produk. Metode kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang bersifat naratif dan eksploratif, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dinamika yang terjadi selama proses pengembangan produk. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menyelidiki bagaimana setiap tahapan dalam *Design Thinking* diterapkan, mulai dari tahap *Empathize* yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap pengguna, hingga tahap *Test* yang melibatkan uji coba prototipe kepada konsumen untuk memperoleh feedback yang berguna dalam penyempurnaan produk. Proses penelitian ini juga melibatkan wawancara mendalam dengan para pengembang, desainer, serta pengguna potensial produk UniVersatile untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pengalaman dan kebutuhan mereka. Selain itu, observasi langsung terhadap penggunaan tas prototipe dan analisis terhadap feedback yang diterima juga menjadi bagian integral dari penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang komprehensif mengenai implementasi metode *Design Thinking* dalam pengembangan produk tas multifungsi yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### Pengembangan Tas Multifungsi UniVersatile dengan Pendekatan *Design Thinking*

Pengembangan tas multifungsi UniVersatile dilakukan dengan pendekatan *Design Thinking* yang menempatkan pengguna sebagai pusat dari proses inovasi. Metode ini dipilih karena kemampuannya dalam menghasilkan solusi kreatif yang berakar dari kebutuhan dan permasalahan nyata pengguna. Proses ini terdiri dari lima tahap utama, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Setiap tahapan saling berkaitan dan menjadi dasar dalam menciptakan desain produk yang tidak hanya fungsional, tetapi juga bernilai estetika serta sesuai dengan gaya hidup modern yang dinamis.

Dalam industri fashion dan perlengkapan pribadi, metode ini menjadi sangat penting karena kebutuhan pengguna tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga emosional. Tas tidak lagi sekadar wadah penyimpanan, melainkan juga representasi gaya hidup, identitas, dan efisiensi seseorang dalam beraktivitas. Oleh karena itu, *Design Thinking* menjadi metode yang ideal untuk menghasilkan inovasi yang menyatukan kepraktisan, kenyamanan, dan nilai estetika dalam satu produk.

#### *Empathize* (Empati)

Tahap empati diawali dengan observasi langsung dan wawancara mendalam terhadap target pengguna, yaitu mahasiswa dan pekerja kantoran. Aktivitas mereka yang padat sering kali melibatkan transisi antara lingkungan formal dan nonformal, seperti dari kampus ke tempat kerja, lalu ke pusat kebugaran. Dari hasil pengamatan, ditemukan tiga permasalahan utama, yaitu:

##### 1) Inefisiensi penggunaan tas

Sebagian besar responden membawa lebih dari satu tas untuk menampung perlengkapan berbeda, seperti laptop, pakaian ganti, dan sepatu olahraga.

##### 2) Masalah kebersihan

Barang kotor seperti sepatu sering kali disimpan bersama barang bersih di dalam tas yang sama, menimbulkan bau dan kotoran.

- 3) Keterbatasan ruang dan fleksibilitas  
Tas konvensional memiliki kapasitas tetap, sehingga pengguna kesulitan menambah ruang saat diperlukan.

Respon emosional juga muncul dari sisi praktikalitas dan penampilan. Banyak pengguna merasa tidak percaya diri atau tampak “kurang rapi” ketika membawa beberapa tas sekaligus. Dari sinilah muncul kebutuhan akan satu tas yang bisa "menggantikan fungsi tiga tas sekaligus," tanpa mengurangi kenyamanan, tampilan yang stylish, dan kesan profesional.

### Define (Penetapan)

Berdasarkan hasil empati, tim perancang UniVersatile merumuskan *problem statement* sebagai berikut: “Bagaimana menciptakan tas multifungsi yang mampu menampung berbagai perlengkapan kegiatan pengguna aktif seperti kerja, kuliah, dan olahraga dalam satu wadah yang higienis, fleksibel, dan estetis?”.

Dari perumusan masalah tersebut, ditetapkan beberapa kriteria desain utama:

- 1) Tas harus memiliki kompartemen atau saku terpisah untuk barang bersih dan kotor, khususnya sepatu.
- 2) Desain harus fleksibel dan dapat menyesuaikan kapasitas tanpa mengubah proporsi utama.
- 3) Bahan harus tahan lama, kuat, ringan, dan tahan air, mengingat tas digunakan di berbagai kondisi.
- 4) Desain visual harus netral dan modern, cocok digunakan oleh pria maupun wanita.

Rumusan ini menjadi dasar pengambilan keputusan desain pada tahap berikutnya.

### Ideate (Ide)

Pada tahap ini, tim melakukan sesi brainstorming untuk menghasilkan berbagai ide solusi. Setiap ide dievaluasi berdasarkan tingkat fungsionalitas, efisiensi desain, dan nilai tambah bagi pengguna. Hasil ideasi dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 2. Brainstroming

Ide Solusi	Deskripsi Singkat	Potensi Keunggulan
Kompartemen Sepatu Samping	Slot khusus di sisi tas untuk menyimpan sepatu secara terpisah dari barang utama.	Menjaga kebersihan dan mempermudah akses cepat.
Flip Pocket Ekspansi	Saku tersembunyi yang dapat dibuka untuk menambah kapasitas penyimpanan.	Menyediakan ruang tambahan sesuai kebutuhan tanpa mengubah estetika.
Material Tahan Air dan Bau	Menggunakan bahan berkualitas seperti nylon premium dengan lapisan antibakteri.	Melindungi isi tas dari air dan mencegah bau tidak sedap.
Desain Minimalis Serbaguna	Tampilan elegan dengan warna netral agar cocok untuk berbagai aktivitas.	Meningkatkan nilai estetika dan kesan profesional.
Tali Bahu Ergonomis	Desain tali bahu yang empuk dan dapat disesuaikan.	Memberikan kenyamanan dalam penggunaan jangka panjang.

Dari hasil ideasi, dua fitur utama yang kemudian dikembangkan lebih lanjut adalah slot sepatu samping dan *flip pocket* ekspansi, karena dinilai paling sesuai dengan kebutuhan utama pengguna serta memberikan nilai inovasi yang tinggi. Setelah tahap ideasi, tim kemudian membuat sketsa model tas sebagai langkah awal visualisasi desain produk.



Gambar 2. Sketsa 2D

**Prototype**

Tahap ini berfokus pada realisasi ide menjadi bentuk fisik yang dapat diuji. Prototipe tas UniVersatile dibuat menggunakan bahan nylon premium yang ringan namun kuat, dilengkapi dengan kompartemen sepatu di sisi kanan tas yang memiliki ventilasi untuk menjaga sirkulasi udara. Selain itu, *flip pocket* dirancang dengan sistem resleting tersembunyi yang dapat dibuka saat pengguna membutuhkan ruang ekstra, seperti untuk membawa jaket atau barang tambahan. Prototipe ini tidak hanya menekankan fungsi, tetapi juga mempertahankan tampilan elegan dan profesional, sehingga cocok digunakan dalam berbagai situasi, baik formal maupun kasual. Setiap detail diperhatikan, mulai dari jenis jahitan, sistem resleting anti-air, hingga keseimbangan berat saat tas dibawa.



Gambar 3. Desain Prototype



Gambar 4. Smart Pocket Khusus Sepatu



Gambar 5. Flip Pocket

**Test**

UniVersatile telah menerima berbagai umpan balik yang diberikan secara langsung oleh pelanggan maupun calon pelanggan. Masukan ini diperoleh melalui interaksi tatap muka saat penawaran produk, serta melalui pesan di media sosial. Umpan balik yang diterima menjadi bahan evaluasi yang sangat penting untuk memahami kebutuhan konsumen, meningkatkan kualitas produk, dan memperkuat strategi pemasaran di masa depan.

Tabel 2. Feedback Pelanggan

Jenis Feedback	Feedback Pelanggan
Saran	Penambahan penutup bagian atas ketika folding pocket digunakan secara keseluruhan, menambah keamanan baik dari kejahatan dan cuaca.
Keluhan	Bagian dalam smart pocket (kantong sepatu) dapat dilipat ketika tidak digunakan.
Saran	Penambahan Raincoat untuk Tas.
Keluhan	Label merek terlalu kecil dan tidak terlihat, lebih baik pindah ke tengah dan di perbesar.
Saran	Size tempat minum untuk tumbler dibuat adjustable supaya muat untuk segala ukuran tumbler.
Saran	Penambahan Variasi warna produk, dengan melakukan kombinasi warna, baik di Daun sleting, aksesoris, dan warna tali tas.
Keluhan	Bahan terlalu kaku dan looksnya terlalu kaku.
Keluhan	Logo kecil dan kurang terlihat

Keluhan	Slot untuk Laptop kurang besar, tidak fleksibel untuk laptop ukuran >15 inc.
Saran	Jahitan di bagian gendongan diperkuat dengan 3x jahitan.
Saran	Penambahan Busa Foam di bagian tempat Laptop.

Hasil uji menunjukkan beberapa temuan penting sebagai berikut.

- 1) Kepuasan terhadap slot sepatu  
Sebanyak 90% responden menilai fitur ini sangat bermanfaat, terutama dalam menjaga kebersihan isi tas. Beberapa pengguna bahkan memanfaatkan slot tersebut untuk menyimpan botol minum atau pakaian kotor.
- 2) Kenyamanan dan ergonomi  
Sebagian besar pengguna menilai bantalan tali bahu memberikan kenyamanan yang lebih baik dibandingkan tas konvensional.
- 3) Fungsi *flip pocket*  
Sebanyak 85% responden memanfaatkan fitur ini saat membawa banyak barang dan merasa terbantu karena tas tetap terlihat rapi meskipun kapasitasnya bertambah.
- 4) Saran perbaikan  
Beberapa responden mengusulkan agar *flip pocket* dilengkapi dengan tali pengaman tambahan agar tetap stabil saat dibuka secara penuh.

Umpan balik tersebut menjadi dasar untuk melakukan revisi desain tahap kedua sebelum produk memasuki tahap produksi massal.

### Analisis dan Implikasi Desain

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, *Design Thinking* dalam pengembangan produk *fashion* melibatkan lima tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pendekatan ini membantu perancang memahami kebutuhan serta tantangan pengguna dalam industri *fashion*, khususnya pada pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Melalui tahap empati, perancang dapat mengenali karakteristik dan preferensi konsumen secara lebih tepat (Anggraini & Nurhadi, 2023). Pada penelitian UniVersatile, hasil pengujian menunjukkan bahwa penerapan *Design Thinking* memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kualitas dan relevansi produk. Inovasi UniVersatile tidak hanya mampu menyelesaikan persoalan praktis yang dihadapi pengguna, tetapi juga menciptakan nilai

emosional berupa rasa percaya diri dan kebanggaan dalam menggunakan produk lokal yang inovatif. Fitur slot sepatu samping mencerminkan prinsip higienitas dan efisiensi ruang, dua aspek yang sering diabaikan pada produk tas konvensional. Sementara itu, *flip pocket* adaptif menghadirkan fleksibilitas tanpa menambah volume permanen pada tas. Kombinasi kedua fitur tersebut memperkuat identitas UniVersatile sebagai tas dengan konsep “serbaguna tanpa kompromi”. Dari aspek bisnis dan pemasaran, desain ini memiliki potensi yang besar karena mampu menjangkau segmen pengguna dari berbagai aktivitas, seperti mahasiswa, profesional muda, hingga pelancong. Pendekatan *Design Thinking* memungkinkan pengembangan produk tidak berhenti pada aspek estetika saja, tetapi juga mengarah pada penciptaan pengalaman pengguna secara menyeluruh (*user experience*). Berikut merupakan produk final dari tas multifungsi 3 in 1 UniVersatile.



Gambar 6. Produk Final



Gambar 7. Produk Final Warna Biru Navy

## Pembahasan

Proses pengembangan tas multifungsi UniVersatile menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang berfokus pada pemahaman kebutuhan pengguna dan memberikan solusi yang tidak hanya fungsional tetapi juga estetik. Pendekatan ini sesuai dengan temuan dari penelitian Anggraini & Nurhadi (2023), yang menyatakan bahwa *Design Thinking* dalam industri *fashion* membantu para desainer memahami kebutuhan dan tantangan pengguna dengan lebih mendalam. Pada UniVersatile, tahap pertama yang dilakukan adalah *empathize*, yang melibatkan observasi langsung dan wawancara mendalam dengan target pengguna seperti mahasiswa dan pekerja kantor yang memiliki aktivitas tinggi. Dari hasil observasi, ditemukan bahwa sebagian besar pengguna menghadapi masalah terkait ketidakpraktisan membawa lebih dari satu tas, masalah kebersihan, serta keterbatasan ruang dan fleksibilitas pada tas konvensional. Masalah-masalah yang ditemukan selama tahap *empathize* kemudian dijabarkan dalam perumusan masalah pada tahap *define*. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Lutfi & Sukoco (2019), tahap *define* sangat penting untuk merumuskan masalah yang jelas dan fokus pada pelanggan. UniVersatile merumuskan *problem statement* yang bertujuan untuk menciptakan tas multifungsi yang dapat menampung berbagai perlengkapan kegiatan pengguna aktif dalam satu wadah yang higienis, fleksibel, dan estetik.

Desain tas ini harus memiliki kompartemen terpisah untuk barang bersih dan kotor, fleksibilitas dalam kapasitas, serta bahan yang tahan lama, kuat, dan ringan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa desain yang berfokus pada pengguna mampu memberikan solusi yang tepat untuk permasalahan nyata yang dihadapi. Pada tahap *ideate*, hasil brainstorming menghasilkan beberapa ide yang sangat relevan dengan kebutuhan pengguna, di antaranya adalah fitur slot sepatu samping dan *flip pocket* ekspansi. Hasil ideasi ini berfokus pada kenyamanan dan kepraktisan penggunaan, seperti yang dijelaskan oleh Alysson & Bernardo (2021) dalam kajian mereka mengenai inovasi desain, yang menekankan pentingnya menggabungkan kreativitas untuk memecahkan masalah dan meningkatkan pengalaman

pengguna. Slot sepatu samping, misalnya, memungkinkan pengguna untuk menyimpan sepatu secara terpisah, menjaga kebersihan tas, serta memberikan solusi terhadap masalah bau dan kotoran. *Flip pocket* ekspansi memberikan fleksibilitas tambahan tanpa merubah volume tas secara permanen. Prototipe yang dihasilkan menunjukkan komitmen UniVersatile dalam menciptakan produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga estetik, yang sejalan dengan pendapat Beltrán García (2025) mengenai inovasi yang melibatkan kombinasi memori dan imajinasi untuk menciptakan struktur baru. Prototipe tas UniVersatile dibuat dengan bahan nylon premium yang ringan, kuat, serta dilengkapi dengan ventilasi pada kompartemen sepatu dan resleting anti-air. Ini menunjukkan bahwa tas ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam berbagai kondisi, baik formal maupun kasual, tanpa mengorbankan fungsionalitas atau kenyamanan. Hasil pengujian terhadap prototipe menunjukkan umpan balik positif dari pengguna, yang sejalan dengan temuan dalam penelitian Reddy & Reddy (2023), yang menekankan pentingnya mengumpulkan umpan balik dari pengguna untuk menyempurnakan produk. Pengguna memberikan respons positif terhadap fitur slot sepatu dan *flip pocket*, yang dianggap sangat berguna untuk menjaga kebersihan dan memberi ruang ekstra saat dibutuhkan.

Beberapa saran untuk perbaikan, seperti penambahan tali pengaman pada *flip pocket*, menunjukkan bahwa meskipun produk ini telah dirancang dengan cermat, masih ada ruang untuk pengembangan lebih lanjut berdasarkan masukan pengguna. Inovasi yang diterapkan dalam UniVersatile, seperti fitur slot sepatu dan *flip pocket*, juga mencerminkan prinsip inovasi desain yang dikemukakan oleh Alysson & Bernardo (2021), yang mengatakan bahwa desain yang baik harus mampu menciptakan pengalaman pengguna yang menyeluruh (*user experience*). Fitur-fitur ini tidak hanya memenuhi aspek fungsionalitas, tetapi juga menciptakan nilai emosional bagi pengguna, yang merasa lebih nyaman, rapi, dan percaya diri saat menggunakan tas multifungsi ini. Dengan pendekatan *Design Thinking*, UniVersatile berhasil menciptakan produk yang tidak hanya

relevan secara fungsional, tetapi juga memenuhi kebutuhan emosional pengguna, sekaligus memberikan solusi terhadap masalah limbah tekstil yang dihadapi oleh industri tas konvensional.

## Kesimpulan

Dari hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa metode *Design Thinking* terbukti efektif dalam pengembangan tas multifungsi UniVersatile karena mampu mengintegrasikan kebutuhan pengguna dengan solusi desain yang inovatif. Fitur-fitur seperti slot sepatu khusus dan *flip pocket* adaptif merupakan hasil nyata dari proses *empathize*, ideasi, dan uji coba yang melibatkan umpan balik langsung dari pengguna. Pendekatan ini menunjukkan bahwa desain produk yang berorientasi pada pengguna tidak hanya menciptakan fungsi baru, tetapi juga meningkatkan nilai *user experience*, daya saing produk, serta potensi keberlanjutan usaha di industri kreatif lokal. Dengan fokus pada pemecahan masalah praktis yang dihadapi oleh pengguna, UniVersatile berhasil menghadirkan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga memberikan nilai emosional dan estetika yang tinggi bagi penggunanya.

## Daftar Pustaka

- Alysson, A., & Bernardo, C. (2021). Model for characterizing the innovation process in design. *Open Insight*, 9(1), 158–179. <https://doi.org/10.23924/oi.v9i1.324>
- Anggraini, R. D., & Nurhadi, D. (2023). Design Thinking dalam riset dan pengembangan produk fashion. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 8(2), 328. <https://doi.org/10.28926/briliant.v8i2.1107>.
- Anugrah, H. A., & Mutiaz, I. R. (2026). Perancangan Aplikasi Digital Kustomisasi Tas Upcycle untuk Pengurangan Limbah Kain Sisa. *Jurnal Sosial Teknologi*, 6(1), 163-176.
- Ariyani, I. (2018). Desain Kolaboratif Sebagai Strategi Pengembangan Produk Lokal Pada Industri Kecil: Studi Kasus Pada Design Thinking Workshop Kerjasama Hochschule Hannover dan Isi Yogyakarta Tahun 2014–2018. *LINTAS RUANG: Jurnal Pengetahuan dan Perancangan Desain Interior*, 6(2).
- ASMUNI, I. D. P. (2021). Rancang Bangun Lemari Pakaian Multifungsi Menggunakan Metode Design Thinking.
- Beltrán García, I. A. (2025). Creativity as a rational innovation and a critical dialogue in the horizon of meaning. *Open Insight*, 16(36), 99–123. <https://doi.org/10.23924/oi.v16i36.657>.
- HIRMAN, A. S. Perancangan Inovasi Bisnis Fashion Tas Multifungsi Berbasis Design Thinking pada Target Pasar Gen Z di DKI Jakarta.
- Lijah, N., Ardian, N., Werdhaningsih, H., & Putri, F. (2025, August). Perancangan Tas 2-in-1 Multifungsi Untuk Wanita Generasi Z sebagai Solusi Doom Spending Berbasis Design Thinking. In *SERENADE: Seminar on Research and Innovation of Art and Design* (Vol. 3, No. 1).
- Lutfi, L., & Sukoco, I. (2019). Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi*, 02(01), 1–11. <https://doi.org/10.35138/organu>.
- Peranginangin, E., & Vincent, V. (2022). Implementasi Design Thinking pada Proses Desain Tas Transportasi Barang Untuk Pengendara Roda Dua. *Jurnal Syntax Admiration*, 3(2), 487-499.
- Prasetyo, H. A. (2025). *Perancangan Tas di UMKM Tas Vina Bag Medan Menggunakan Benchmarking* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Reddy, E. N. K., & Reddy, N. S. (2023). Design Thinking – Evolution & its importance in business. *International Journal of Scientific*

*Research in Engineering and Management*,  
07(03), 1–6.  
<https://doi.org/10.55041/ijsrem18122>.

Rini, A., & Widihastuti, W. (2025). Karpas piknik multifungsi “Piksi “: Desain praktis berbasis Design Thinking. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan dan Perancangan Produk)*, 8(2), 175-184.

Sabariah, N., Bahri, N. F., Swasty, W., & Putri, S. A. (2025). Pengembangan Desain Tote Bag melalui Pendekatan Design Thinking sebagai Upaya Pelestarian Tenun Buton. *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(01), 12-21.  
<https://doi.org/10.32664/mavis.v7i01.1773>.

Syahrani Amni, H., Budiyantri, H., Haeruddin, I. W., Musa, M. I., & Aswar, N. F. (2024). Pengaruh kualitas produk, promosi dan desain produk terhadap keputusan pembelian minuman Yotta di Kota Makassar. *Administratus*, 8(2), 40–55.  
<https://doi.org/10.56662/administratus.v8i2.218>.

ZAHRA, A. F. (2025). PERANCANGAN CONVERTIBLE CARRIER UNTUK PENDAKI GUNUNG DENGAN METODE DESIGN THINKING.