

## ABSTRAK

UMKM merupakan bisnis yang memiliki potensi ekonomi besar bagi Indonesia. Pada tahun 2023, 99% bisnis yang berada di Indonesia merupakan UMKM, dan menyumbang 61,9% dari PDB dan menyerap 97% tenaga kerja lokal. Namun pada saat pandemi bahkan hingga saat ini, banyak UMKM yang mengalami penurunan omset hingga tidak dapat bertahan. Salah satu yang dapat bertahan adalah Kedai Wayang Windu. Kedai ini memiliki lokasi strategis tetapi terus mengalami penurunan omset dalam satu tahun terakhir dan berbagai permasalahan lainnya. Oleh karena itu, perlu ditemukan kecocokan antara masalah dan kebutuhan pelanggan dengan nilai yang ditawarkan bisnis tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *design thinking* untuk berfokus pada kebutuhan pengguna. Strategi yang digunakan melalui survei, untuk mengumpulkan informasi. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, teknik pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam dan observasi. Wawancara dilakukan kepada pelanggan dan pemilik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat masalah yang dialami pelanggan, yaitu tidak adanya informasi terkait menu dan harga, waktu tunggu yang lama, dan layanan yang tidak efektif dan efisien. Setelah dilakukannya tahapan *design thinking*, usulan solusi yang diberikan telah divalidasi, yaitu dengan *E-Menu* Kedai Wawind, agar pelanggan mendapatkan kepastian informasi menu dan harga serta waktu tunggu sebagai jawaban dari *pain* dan *gain* yang diharapkan pelanggan.

**Kata Kunci:** *Value Proposition Design, Design Thinking, UMKM, Kedai Wayang Windu*