

ABSTRAK

Kebutuhan terhadap camilan praktis dan sehat semakin meningkat di kalangan mahasiswa, namun penelitian yang mengintegrasikan pemahaman kebutuhan konsumen secara mendalam dalam perancangan model bisnis produk camilan sehat masih sangat terbatas, khususnya yang menjadikan mahasiswa sebagai target pasar utama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebutuhan dan preferensi mahasiswa terhadap *snack bar* serta merancang model bisnis yang sesuai menggunakan pendekatan *Design thinking* dan *Lean canvas*. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik purposive sampling terhadap mahasiswa yang memiliki kebiasaan mengonsumsi camilan. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan uji coba produk, kemudian dianalisis melalui lima tahapan *Design thinking*, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa membutuhkan camilan yang sehat, bergizi, mengenyangkan, dengan rasa yang enak dan harga yang terjangkau, sementara ketersediaan produk yang memenuhi seluruh aspek tersebut secara bersamaan masih terbatas. Selain itu, produk *snack bar* yang dikembangkan berdasarkan kebutuhan tersebut memperoleh penerimaan yang positif dari segi rasa, tekstur, dan persepsi kesehatan, meskipun aspek harga masih menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan produk camilan sehat tidak hanya ditentukan oleh manfaat kesehatan, tetapi juga oleh kesesuaian rasa dan harga dengan preferensi konsumen, sehingga pelaku usaha perlu memperkuat strategi yang berkaitan dengan kedua aspek tersebut untuk meningkatkan penerimaan produk di pasar.

Kata kunci : pemikiran desain, model bisnis, *snack bar*

ABSTRACT

The demand for practical and healthy snacks is increasing among students, but research integrating a deep understanding of consumer needs into the design of healthy snack product business models is still very limited, especially those targeting students as the primary market. This study aims to analyze students' needs and preferences for snack bars and design an appropriate business model using the Design thinking and Lean canvas approaches. The study used a qualitative descriptive method with a purposive sampling technique of female students who have a habit of consuming snacks. Data collection was conducted through questionnaires and product trials, then analyzed through the five stages of Design thinking: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. The results show that students need healthy, nutritious, filling snacks with good taste and affordable prices, while the availability of products that meet all these aspects simultaneously is still limited. In addition, the snack bar product developed based on these needs received positive acceptance in terms of taste, texture, and health perception, although price remains a primary consideration in purchasing decisions. These findings indicate that the success of healthy snack products is not only determined by health benefits, but also by the suitability of taste and price to consumer preferences, so that business actors need to strengthen strategies related to these two aspects to increase product acceptance in the market.

Keywords: *design thinking, business model, snack bar*