

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan industri kreatif terkhusus subsektor kriya yang semakin ketat dan akibat pandemi yang berdampak pada pelaku usaha industri kreatif subsektor kriya di Kota Bandung. Sebuah kunci bagi perusahaan untuk dapat bertahan dalam banyaknya persaingan dengan cara terus melakukan inovasi. Salah satu cara untuk melakukan pengembangan produk dan inovasi dengan metode *design thinking*.

Dengan *design thinking* yang baik, para pelaku usaha dapat melihat lebih dalam tentang persoalan yang dihadapi oleh konsumen dan merancang ide yang lebih terarah. Dalam *design thinking*, tahapan yang digunakan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Melalui penelitian ini mengetahui bahwa penerapan konsep *Design Thinking* pada Industri Kreatif Subsektor Kriya di Kota Bandung sudah diimplementasikan dengan baik dan sudah menyeluruh.

Kata Kunci: Industri Kreatif, Subsektor Kriya, *Design Thinking*.