

RESEARCH ARTICLE

# Pelatihan *Design Thinking* Untuk Inovasi Bisnis Bagi Remaja Di Panti Yayasan Griya Sodaqo Indonesia

Faqih Hamami<sup>1</sup>, Faishal Mufied Al Anshary<sup>2</sup>, Muhammad Iqbal<sup>3</sup>, dan Hanif Azhar<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom,

<sup>3</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom,

<sup>4</sup>Program Studi Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom,

Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia

\*E-mail: [faqihhamami@telkomuniversity.ac.id](mailto:faqihhamami@telkomuniversity.ac.id)

Received on (dd/month/year); accepted on (dd/month/year)

## Abstrak

*Design thinking* merupakan satu pendekatan dalam inovasi bisnis yang banyak diimplementasikan di berbagai sektor. Kompetensi *design thinking* masih jarang dibahas di berbagai forum khususnya di sekolah menengah atas. Hal ini bisa disebabkan kurangnya sumber daya dan kurikulum yang baik. Inovasi bisnis merupakan langkah penting agar bisa tetap bertahan di tengah gempuran kompetisi. Pendidikan inovasi bisnis perlu menjadi bagian dari pembelajaran siswa sebagai bentuk keterampilan dasar dalam menyongsong masa depan. Sebagai respon kebutuhan Pendidikan inovasi, Dosen Telkom University melalui skema Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) mengadakan pelatihan *design thinking* untuk meningkatkan pemahaman pelajar. Kolaborasi Universitas Telkom dengan Yayasan Griya Sodaqo Indonesia, yang merupakan yayasan amal dengan berbagai rekanan lembaga yatim dan sekolah dari berbagai jenjang. Pelatihan *design thinking* dilaksanakan di ruang *active class* untuk mendukung pembelajaran yang kreatif dan kolaboratif.

**Keywords:** *Design Thinking*, Inovasi Bisnis, Pelatihan, Yayasan Griya Sodaqo

## Pendahuluan

*Design thinking* adalah pendekatan penyelesaian masalah berpusat pada manusia. Secara umum terbagi menjadi 5 tahapan yaitu, *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test* [1]. Beberapa manfaat *design thinking* adalah memberikan solusi yang inovatif dan produk yang perpusat sesuai kebutuhan pengguna. Pendekatan *design thinking* banyak diterapkan di berbagai bidang. Penerapan *design thinking* di perusahaan besar umumnya untuk mendapatkan inovasi yang baik dan berkelanjutan. Inovasi merupakan salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam menciptakan produk. Pendekatan inovasi yang ditawarkan *design thinking* berpusat kepada manusia.

Berbagai sektor menggunakan *design thinking* seperti di bidang teknologi, kesehatan, jasa dan lainnya. Gojek, salah satu *platform* layanan terbesar di Indonesia juga menggunakan *design thinking* untuk inovasi bisnisnya [2]. Gojek memulai pendekatan *design thinking* dengan memahami kebutuhan dan permasalahan pengguna kemudian merumuskan masalah yang jelas dan spesifik. Gojek menghasilkan ide kreatif serta mengeksekusinya dalam prototipe dan melakukan pengujian kepada penggunanya. Implementasi *design thinking* tidak hanya terjadi di perusahaan besar tapi juga di ranah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Beberapa penelitian mengangkat pendekatan *design thinking* di UMKM di sektor *food and beverage* [3]. Penelitian lain juga menganalisis inovasi bisnis di jual beli online [4]. Penelitian lain juga menggunakan *design thinking* dalam analisis usaha furniture dan laundry [5][6]. Aripadono dan Dwi menggunakan *design thinking* untuk melihat sektor industri fashion seperti pengembangan distro dan pengembangan brand fashion [7][8].

Pada sektor pengembangan aplikasi sering juga digunakan *design thinking* dalam *user experience* (UX). Misalnya yang dikembangkan pada perancangan prototipe aplikasi *mobile* [9].

Pengembangan UX dilakukan di proses pemesanan barang yang kurang kompleks dan memenuhi kebutuhan pelanggan. *Design thinking* juga digunakan pada sistem penanganan laporan pencurian barang [10] serta pada aplikasi inovasi translator untuk tunarungu [11].

Di bidang pendidikan, *design thinking* juga berperan besar dalam pengembangan kurikulum [12]. Perubahan yang dilakukan terjadi di beberapa aspek seperti penilaian formatif, perubahan desain ruang belajar, serta keterlibatan siswa dalam diskusi. *Design thinking* juga digunakan dalam pembelajaran di kelas online atau pembelajaran jarak jauh [13].

Pemahaman *design thinking* yang baik dalam pengembangan inovasi solusi menjadi kebutuhan setiap pelaku bisnis. Pelatihan teknik ini diperlukan dengan menggandeng praktisi dan bimbingan langsung dari mentor. Melihat kebutuhan ini, dosen Telkom University Bandung mengadakan pelatihan *design thinking* yang fokus pada kebutuhan pengguna melalui skema pengabdian kepada masyarakat (PkM). Pelatihan ini bekerja sama dengan Yayasan Griya Sodaqo Indonesia yang mempunyai puluhan rekanan panti di Bandung Raya.

## Metodologi

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pelatihan yang disusun menyesuaikan dengan skema penerapan transfer IPTEK. Tahapan transfer IPTEK adalah sebagai berikut. Pemilihan input: Pelatihan ini melibatkan pemilihan mitra panti dari Yayasan Griya Sodaqo Indonesia. Panti yang dipilih memiliki pelajar tingkat SMP dan SMA/SMK. Jumlah peserta adalah 20 siswa yang dibagi menjadi 4 kelompok terdiri 5 siswa. Setiap kelompok menempati meja bundar untuk memudahkan dalam diskusi setiap peserta. Posisi duduk peserta dapat dilihat lebih detail di Gambar 1.



Gambar 1. Pembagian Kelompok

### Penyusunan Solusi

Topik pelatihan adalah inovasi bisnis dengan *design thinking*. Pendefinisian solusi pelatihan dan luaran dilakukan agar menjadi lebih jelas. Luaran yang dihasilkan mencakup SDGs poin empat tentang Pendidikan berkualitas. Pendidikan bisnis bagi remaja diperlukan karena kebutuhan kemandirian peserta sebagai siswa panti yang dituntut bisa lebih mandiri. Poin SDGs lain yang disasar adalah poin sepuluh tentang berkekuarangnya kesenjangan. Kesenjangan pendidikan tampak nyata bagi siswa yatim yang dianggap masih kurang mengenal pendidikan di bidang bisnis yang layak.

### Metode Pelaksanaan

Pada tahap ini didefinisikan metode pelaksanaan yang terdiri dari pemilihan alat bantu dan pengembangan modul pelatihan *design thinking* serta penetapan *rundown* acara pengabdian masyarakat. Hal lain yang diperhatikan adalah proses komunikasi dan koordinasi panitia dan instruktur pengajar dalam kegiatan pembelajaran di lapangan serta terakhir adalah monitoring dan evaluasi. Flow dari metode pelaksanaan dapat dilihat pada Gambar 2. Langkah awal melibatkan penentuan materi yang akan disampaikan yang akan menjadi dasar untuk pembuatan skenario dan modul pembelajaran. Tabel 1 menyajikan enam topik utama yang akan diajarkan sebagai landasan untuk penyusunan modul.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan

Langkah awal melibatkan penentuan materi yang akan disampaikan yang akan menjadi dasar untuk pembuatan skenario dan modul pembelajaran. Tabel 1 menyajikan enam topik utama yang akan diajarkan sebagai landasan untuk penyusunan modul seperti pada tabel 1.

## Hasil dan Pembahasan

### Kegiatan dan Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan topik *design thinking* untuk inovasi bisnis bagi pelajar SMP/SMA berhasil dilaksanakan pada hari Sabtu, 16 November 2024. Lokasi pelatihan di ruang *active learning* Gedung Cacuk, Universitas Telkom Bandung. Penjurupuan peserta dilakukan pada pukul 7 pagi dan dilanjutkan dengan pembukaan dan sambutan dari ketua panitia kegiatan. Aktifitas pelatihan yang diisi oleh instruktur yang juga dosen yang sudah banyak berpengalaman di bidang *design thinking*. Detail *rundown* kegiatan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Materi Pelatihan

No	Pokok Bahasan	Keterangan
1	Pra-Design Thinking	Materi awal adalah simulasi praktek dalam implementasi <i>design thinking</i> dalam inovasi desain dompet. Fokus pelatihan ini tidak secara langsung menjelaskan konsep <i>design thinking</i> tapi sebagai jembatan dalam pengenalan konsepnya
2	Materi Empathize	Membahas tentang pengamatan pengguna melalui Teknik wawancara untuk menggali kebutuhan pengguna.
3	Materi Define	Mendefinisikan masalah yang ditetapkan berdasarkan tahap <i>empeitize</i> sehingga permasalahan menjadi jelas dan terukur.
4	Materi Ideate	Pengumpulan ide secara tidak terbatas sebagai solusi dasar melalui <i>brainstorming</i>
5	Materi Prototype	Pembuatan model awal dari bentuk solusi yang ditawarkan
6	Materi Test	Pengujian prototipe dengan pengguna akhir dan perlu adanya evaluasi dan feedback

Pelatihan *design thinking* terdiri dari 2 sesi. Pada sesi pertama, Instruktur mengajak peserta untuk mendesain sebuah dompet ideal berdasarkan preferensi peserta. Selanjutnya mereka diminta untuk merevisi desain dompet setelah melakukan wawancara kepada beberapa peserta lain untuk melihat preferensi dan sudut pandang berbeda. Pada sesi ini peserta diminta untuk kritis dan dapat memahami kebutuhan orang lain yang diwujudkan dalam bentuk produk. Sesi 1 bertujuan sebagai tahapan awal menuju kepada aktifitas *design thinking* yang lebih nyata. Proyek desain dompet dapat dilihat pada Gambar 3.

Tabel 2. Rundown Kegiatan

Waktu	Agenda
07.00-08.00	Penjemputan Peserta
08.00-08.15	Sambutan
08.15-09.30	Materi Sesi 1
09.30-09.45	Coffee Break
09.45-11.30	Materi Sesi 2
11.30-12.30	ISHOMA
12.30-14.00	Penutupan & Feedback

Pada sesi 1 terdiri dari 4 proses utama dalam pengenalan studi kasus *design thinking* yaitu:

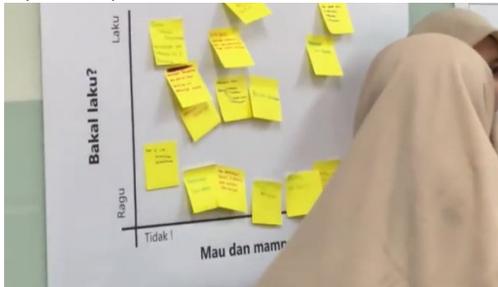
1. Memahami kebutuhan dan preferensi: Desain dompet dimulai dari kebutuhan preferensi masing-masing peserta
2. Merumuskan ulang permasalahan: melakukan perumusan ulang berdasarkan perspektif orang lain dalam dari wawancara.
3. Menciptakan beberapa alternatif solusi: Berinovasi dalam perancangan dompet sesuai kebutuhan orang lain
4. Bagikan solusi dan umpan balik: Menyajikan hasil rancangan dan menggunakan umpan balik untuk penyempurnaan desain dompet.



Gambar 3. Proyek mendesain dompet ideal

Pada sesi 2 dilakukan pelatihan lebih detail tentang konsep *design thinking*. Ada 5 proses utama dalam *design thinking* yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*. Sebelum masuk di setiap tahap peserta diminta untuk melakukan *brainstorming* ide bisnis. Pada tahap ini peserta diminta untuk memahami potensi mereka berdasarkan ide bisnis yang ingin peserta capai.

Setiap ide bisnis dimapping dalam gambar 2 dimensi. Sumbu X sebagai 'Mau' dan 'Mampu' sedangkan di sumbu Y sebagai 'Ragu' dan 'laku'. Hal ini bertujuan untuk melihat seberapa serius ide bisnis dan kesiapan dari peserta. Bentuk mapping ide bisnis dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Mapping ide bisnis

Pada tahap *empathize* dan *define*, peserta secara aktif didorong untuk melihat potensi ide bisnis mereka di rekan sejawat berdasarkan kebutuhan calon pengguna. Pada tahapan ini dilakukan proses wawancara kepada beberapa teman dan kemudian mengidentifikasi dan mendefinisikan masalah dasar di lapangan dari sudut pandang pelanggan.

Umumnya pada tahap *define* dikembangkan juga representasi fiktif yang disebut persona. Persona menggambarkan target audien atau *avatar* dari calon pelanggan untuk mengetahui *background* umum. Beberapa elemen persona antara lain nama, foto dan demografi. Contoh satu bentuk persona yang dikembangkan dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Membuat user persona

Pada tahap *ideate*, peserta menghasilkan berbagai ide kreatif sebagai solusi. Tujuan utama dari proses ini adalah menciptakan solusi dari sudut pandang yang berbeda. Karena keterbatasan waktu dan fasilitas, tahap *prototype* dan *test* pada pelatihan ini hanya fokus kepada eksplorasi secara konsep. Meskipun begitu, pelatihan ini tetap memberikan dasar kuat bagi peserta terkait prinsip-prinsip 2 tahapan terakhir di *design thinking*.

### Feedback Peserta

Peserta pelatihan *design thinking* memberikan evaluasi dan *feedback* melalui *google form*. Pendampingan evaluasi dilakukan bersama asisten instruktur untuk memberikan masukan terhadap jalannya kegiatan. Hasil *feedback* dari 20 peserta tersaji dalam rangkuman di Tabel 3.

Dari hasil kuesioner yang diberikan, terdapat 30.5% peserta yang sangat setuju terhadap kelima komponen *feedback* dan 69.5% peserta menyatakan setuju terhadap kelima komponen *feedback*. Sehingga didapatkan skor 100% untuk skala setuju dan sangat setuju. Sedangkan opsi sangat tidak setuju (STS), Tidak setuju (TS) dan Netral (N) tidak ditemukan.

Tabel 3. Feedback Peserta

Komponen Feedback	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
1 Program pengabdian masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri	0%	0%	0%	79%	21%
2 Program pengabdian kepada masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasarnya	0%	0%	0%	79%	21%
3 Waktu pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini relative telah mencukupi sesuai kebutuhan	0%	0%	0%	89.5%	10.5%
4 Dosen dan mahasiswa Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama kegiatan	0%	0%	0%	36.8%	63.2%
5 Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan program pengabdian masyarakat Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang.	0%	0%	0%	63.2%	36.8%
<b>Rata-Rata Persentase</b>	0%	0%	0%	69.5%	30.5%
*keterangan nilai	<b>STS</b>	Sangat Tidak Setuju			
	<b>TS</b>	Tidak Setuju			
	<b>N</b>	Netral			
	<b>S</b>	Setuju			
	<b>SS</b>	Sangat Setuju			

Dari hasil kuesioner yang diberikan, terdapat 30.5% peserta yang sangat setuju terhadap kelima komponen *feedback* dan 69.5% peserta menyatakan setuju terhadap kelima komponen *feedback*. Sehingga didapatkan skor 100% untuk skala setuju dan sangat setuju. Sedangkan opsi sangat tidak setuju (STS), Tidak setuju (TS) dan Netral (N) tidak ditemukan.

Beberapa hal yang perlu diperhatikan bahwa peserta memberikan *feedback* terkait sikap ramah dan tanggap terhadap peserta dan kegiatan lebih dari 50%, artinya peserta merasa nyaman saat pelatihan berlangsung. Sebaliknya pada evaluasi durasi tidak mendapatkan poin penuh yang menjelaskan durasi kegiatan untuk kebutuhan peserta cukup terbatas.

Berdasarkan evaluasi peserta, kegiatan dapat dilanjutkan untuk bisa membimbing peserta di kasus nyata. Pelatihan *design thinking* ini hanya terfokus secara konsep di ruang pembelajaran. Bimbingan dan panduan secara langsung di lapangan dalam pengembangan produk dan jasa akan memberikan pengalaman yang lebih dalam. Selain pemberian *feedback* oleh peserta juga dilakukan dokumentasi penutup antara instruktur, panitia dan peserta



Gambar 5. Dokumentasi pelatihan

## Kesimpulan

Kegiatan pelatihan inovasi bisnis menggunakan *design thinking* berjalan dengan baik. Kegiatan juga mendapatkan feedback positif dan apresiasi dari para peserta mencapai 100% untuk kategori setuju (S) dan sangat setuju (SS). Peserta mendapatkan materi *design thinking* secara konsep dan implementasi langsung dalam ruang terbatas yang dipandu oleh dosen instruktur berpengalaman. Pelatihan ini diharapkan menjadi kemampuan dasar dalam menganalisis kebutuhan pelanggan untuk menciptakan dan membuat inovasi layanan produk dan jasa.

## Daftar Pustaka

- [1] Vikas T N, Vinay C T, Habeeba Amrutha Hegaddathy, and Rizwan N Shaikh, "Design Thinking: A Review Paper," *Int. J. Adv. Res. Sci. Commun. Technol.*, vol. 2, no. 2, pp. 405–412, 2022, doi: 10.48175/ijarsct-2893.
- [2] M. L. Lazuardi and I. Sukoco, "Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek," *Organum J. Sainifik Manaj. dan Akunt.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–11, 2019, doi: 10.35138/organum.v2i1.51.
- [3] D. Fathurahman, S. Maharani, S. Hodizah, and L. Mazia, "Implementasi Design Thinking Dalam Pengembangan Bisnis Umkm Melalui Platform Instagram: Studi Kasus Dapur Queensha," *J. Pariwisata Bisnis Digit. dan Manaj.*, vol. 3, no. 1, pp. 8–17, 2024, doi: 10.33480/jasdim.v3i1.4310.
- [4] O. M. Firli, I. Sukoco, and A. Muftiadi, "Penerapan Design Thinking Dalam Inovasi Tempat Bertransaksi Jual Beli Barang Pada Toko Online Thrifter.Things," *Entrep. J. Bisnis Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 2, no. 2, pp. 288–292, 2021, doi: 10.31949/entrepreneur.v2i2.1169.
- [5] L. Setiyani, A. Priatna, A. Maulana, and E. Tjandra, "Implementasi Design Thinking dalam Inovasi Membangun Model Bisnis Usaha Furniture Hiasan Dinding," *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 4, no. 1, pp. 158–167, 2022, doi: 10.47065/josh.v4i1.2273.
- [6] E. A. Miswanto, H. Pratama, M. Khasanah, S. Nidzar, and L. Mazia, "Implementasi Design Thinking Untuk Business Sustainability Usaha Gokil (Gosok Kilat Laundry)," *J. Pariwisata Bisnis Digit. dan Manaj.*, vol. 2, no. 2, pp. 52–58, 2023, doi: 10.33480/jasdim.v2i2.4315.
- [7] H. W. Aripardono and D. Lim, "Penggunaan Design Thhinking Dalam Pengembangan Produk Distro 'Start From Scratch,'" *J. Ind. Kreat. dan Kewirausahaan*, vol. 6, no. 2, pp. 167–180, 2023, doi: 10.36441/kewirausahaan.v6i2.1795.
- [8] A. N. Dwi and I. Sukoco, "Penggunaan Design Thinking Untuk Inovasi Produk," *J. Educ. Dev.*, vol. 10, no. 2, pp. 160–162, 2022.
- [9] T. B. Ayu and N. Wijaya, "Penerapan Metode Design Thinking pada Perancangan Prototype Aplikasi Payoprint Berbasis Android," *MDP Student Conf.*, vol. 2, no. 1, pp. 68–75, 2023, doi: 10.35957/mdp-sc.v2i1.4065.
- [10] A. Maniek, A. Triayudi, and A. Rubhasy, "Penerapan Metode Design Thinking Dalam Rancang Aplikasi Penanganan Laporan Pencurian Barang Berharga Di Polsek Sukmajaya," *JUPI (Jurnal Ilm. Penelit. dan Pembelajaran Inform.*, vol. 6, no. 2, pp. 267–276, 2021, doi: 10.29100/jupi.v6i2.2026.
- [11] Izzati Mufida and Rizka Ramayanti, "Implementasi Design Thinking Dalam Menciptakan Inovasi Sign Language Translantor," *IKRA-ITH Teknol. J. Sains dan Teknol.*, vol. 7, no. 3, pp. 13–22, 2023, doi: 10.37817/ikraith-teknologi.v7i3.3229.
- [12] B. Nur Azizah, "Design Thinking Sebagai Strategi Kreatif Untuk Meningkatkan Pengalaman Belajar Dan Inovasi Kurikulum Di Era Digital," *TARQIYAH J. Pendidik. dan Literasi*, vol. 2, no. 1, pp. 36–46, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.stitmas.ac.id/index.php/tarqiyah>
- [13] H. Aulia Putri, L. Fika Dea, R. Fikri Eka, and A. Hoerul, "Implementasi Design Thinking dalam Inovasi Teknologi Pembelajaran Online di Kampus USB YPKP Universitas Sangga Buana , Bandung Online learning is increasingly being implemented in higher education institutions , including Universitas Sangga Buana ( USB )," vol. 4, no. 2, pp. 54–59, 2024, doi: 10.32897/dimmensi.v4i2.3739.