

RESEARCH ARTICLE

Pelatihan Design Thinking untuk Meningkatkan Kompetensi Z-Leadership Remaja RW15 Desa Citeurup Kabupaten Bandung

Fathur Rahman¹, Faishal Mufied Al-Anshary^{2*}, Muhammad Kodrat³

¹Program Studi Teknik Biomedis, Fakultas Teknik Elektro, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, 40257, Bandung, Indonesia

²Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, 40257, Bandung, Indonesia

³Program Studi Teknik elektro, Fakultas Teknik Elektro, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, 40257, Bandung, Indonesia

*Corresponding author: faishalmufied@telkomuniversity.ac.id / Universitas Telkom

Received on (18/mei/2025); accepted on (02/Augustus/2025)

Abstrak

Design Thinking merupakan pendekatan inovatif yang mengedepankan empati, eksplorasi ide, serta implementasi solusi kreatif untuk menjawab tantangan kompleks. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan berpikir kritis, kolaboratif, dan adaptif di berbagai sektor, termasuk pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia. Indonesia saat ini memiliki potensi besar dari kelompok usia produktif remaja (10–19 tahun), yang mencakup sekitar 16,04% dari total populasi. Masyarakat sasar untuk pengabdian ini ialah remaja desa Citeurup, Dayeuhkolot Kabupaten Bandung. Kondisi dari remaja desa Citeurup dalam keadaan kurang kompetensi kepemimpinan dan insan pengusaha. Untuk mengoptimalkan potensi ini, dibutuhkan program pelatihan yang mampu membekali generasi Z dengan kompetensi kepemimpinan inovatif dan kemampuan pengambilan keputusan berbasis data. Menjawab kebutuhan tersebut, dosen Telkom University melaksanakan Program Pelatihan *Design Thinking for Z Leadership* melalui skema Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di RW 15, Desa Citeureup, Kecamatan Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung—wilayah dengan keterbatasan akses terhadap program pengembangan remaja. Program ini dirancang dalam bentuk lokakarya interaktif, simulasi kasus, dan pendampingan langsung untuk mendorong penerapan prinsip *Design Thinking* dalam kehidupan nyata dan peluang ekonomi lokal. Hasil evaluasi menunjukkan lebih dari 50% peserta merasakan dampak positif pelatihan, terutama dalam peningkatan pola pikir inovatif dan kesiapan menghadapi tantangan era digital. Sebanyak 95,4% peserta (63,6% sangat setuju; 31,8% setuju) menyatakan harapan agar kegiatan serupa dilanjutkan dan direplikasi di komunitas remaja lain yang memiliki permasalahan serupa. Temuan ini menegaskan bahwa *Design Thinking* dapat menjadi model strategis dalam membentuk kepemimpinan generasi muda desa Citeurup yang relevan, kreatif, dan berdaya saing.

Keywords: *Design thinking, leadership, generasi Z, pelatihan dan pengusaha.*

Pendahuluan

Berdasarkan informasi Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa warga Indonesia yang berada pada kelompok usia 10–14 tahun berjumlah 22.088.673 jiwa, dan kelompok usia 15–19 tahun sebanyak 22.163.528 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat sekitar 16,04% penduduk Indonesia berusia 10–19 tahun dari total populasi. Jumlah tersebut menjadi perhatian khusus sebagai potensi kemajuan bangsa Indonesia [1]. Berdasarkan status ketenagakerjaan, kelompok usia remaja dibagi menjadi dua kategori, yaitu remaja produktif dan remaja non-produktif. Remaja produktif adalah mereka yang saat ini bekerja atau sedang bersekolah, sedangkan remaja non-produktif merupakan remaja yang tidak bekerja, tidak bersekolah, dan tidak mengikuti pelatihan keterampilan. Kelompok ini rentan terhadap berbagai permasalahan sosial, seperti kurangnya keterampilan kerja, rendahnya rasa percaya diri, dan minimnya akses terhadap peluang ekonomi [2].

Design Thinking merupakan pendekatan sistematis yang berfokus pada solusi kreatif dengan pendekatan berbasis empati, eksplorasi ide, dan implementasi inovatif [3]. Pendekatan ini telah banyak diterapkan dalam berbagai sektor, termasuk pendidikan dan dunia kerja, karena mampu meningkatkan keterampilan berpikir kritis, kolaboratif, dan adaptif [4]. Dalam konteks kepemimpinan generasi Z, kemampuan untuk berpikir inovatif dan mengambil keputusan berbasis data menjadi sangat penting [5]. Program ini akan dilaksanakan melalui serangkaian lokakarya, simulasi kasus, dan pendampingan langsung untuk membantu peserta dalam

mengaplikasikan konsep *Design Thinking* dalam kehidupan sehari-hari maupun peluang ekonomi [6]. Hasil dari program ini diharapkan dapat meningkatkan kesiapan remaja dalam menghadapi tantangan di era digital, membentuk pola pikir inovatif, serta mendorong mereka untuk lebih aktif dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Selain itu, program ini juga dapat menjadi model pemberdayaan remaja yang dapat diterapkan di komunitas lain dengan permasalahan serupa. Salah satu faktor utama yang menyebabkan rendahnya partisipasi remaja dalam sektor produktif adalah kurangnya kompetensi dalam berpikir kritis, inovatif, dan kepemimpinan yang relevan dengan zaman [8]. Keterbatasan akses oleh masyarakat umum untuk memperoleh kompetensi menjadi salah satu tantangan yang dihadapi saat ini. Beberapa sektor dan kelompok masyarakat belum memahami pentingnya kompetensi tersebut, yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat dalam usaha memperoleh pelatihan-pelatihan terkait [5].

Saat ini, industri kreatif di era digital tidak hanya membutuhkan kemampuan teknis pada bidang tertentu saja, tetapi juga kemampuan kepemimpinan, adaptasi dalam menghadapi tantangan, serta responsivitas dalam penyelesaian masalah [6]. Keterampilan ini seharusnya dimiliki sejak usia remaja agar mereka lebih siap memasuki usia produktif dan dunia kerja [3]. Oleh karena itu, diperlukan intervensi berupa program pelatihan yang dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam menyelesaikan masalah dan mengembangkan ide-ide kreatif secara sistematis [9].

Sedangkan di RW 15 Desa Citeureup, Kecamatan Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, banyak remaja yang mengalami

keterbatasan dalam mengembangkan kompetensi kepemimpinan yang adaptif dengan tuntutan zaman. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan Design Thinking sebagai metode problem-solving yang inovatif guna meningkatkan kompetensi pemimpin generasi Z (*Z-Leadership*) di kalangan remaja non-produktif. Desa Citeureup, khususnya di RW 15, memiliki indikator kesiapan kerja pada usia remaja yang sangat rendah. Banyak dari mereka berpotensi masuk dalam kelompok remaja nonproduktif akibat kurangnya akses pelatihan dan ekonomi yang terbatas. Sebagian mengalami kesulitan dalam memperoleh pekerjaan atau melanjutkan pendidikan, sehingga rentan terhadap masalah sosial seperti pengangguran, rendahnya keterampilan, dan kurangnya jiwa kepemimpinan. Sementara itu, era digital dan industri kreatif membuka banyak peluang bagi generasi muda untuk berkontribusi secara aktif dalam dunia kerja dan kewirausahaan. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan untuk mendukung perkembangan generasi muda dengan memberikan pelatihan design thinking terkait menemukan ide bisnis dan kepemimpinan. Berdasarkan kebutuhan ini, dosen Telkom University melalui skema Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melaksanakan kegiatan Pelatihan *Design Thinking* untuk meningkatkan kompetensi Z Leadership bagi remaja di RW 15, Desa Citeureup, Kecamatan Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung.

Tinjauan Pustaka

Design Thinking adalah pendekatan pemecahan masalah yang berfokus pada pengguna, dengan menekankan empati, kolaborasi, dan eksperimen. Metode ini bertujuan untuk memahami kebutuhan pengguna secara mendalam dan menciptakan solusi inovatif melalui proses iteratif. Design Thinking terdiri dari lima tahap utama: memahami pengguna, merumuskan masalah, menghasilkan ide, membuat model solusi, dan ujicoba solusi. Pendekatan ini tidak linier, artinya setiap tahap bisa dilalui berulang kali sesuai dengan dinamika dan umpan balik yang diperoleh [10], [11].



Gambar 1. Proses *design thinking* [10], [12], [13], [14]

Memahami pengguna

Tahap pertama dari Design Thinking adalah *Empathize*, yaitu memahami secara mendalam apa yang dirasakan, dipikirkan, dan dialami oleh pengguna. Proses ini bertujuan untuk membangun

hubungan emosional dan wawasan yang kuat terhadap masalah yang dihadapi pengguna. Pendekatan ini bukan hanya sekadar mengamati perilaku pengguna, tetapi juga menggali cerita dan motivasi mereka di balik perilaku tersebut.

Metode yang digunakan dalam tahap ini bisa berupa wawancara mendalam, observasi langsung, shadowing (mengikuti aktivitas pengguna secara langsung), atau bahkan membuat *empathy map* untuk menyusun pemahaman visual dari pikiran dan perasaan pengguna. Di sinilah pentingnya seorang desainer atau inovator memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan keterampilan mendengarkan secara aktif tanpa menghakimi. Tujuan akhirnya adalah memperoleh insight (wawasan) yang tidak terlihat di permukaan. Hal-hal yang mungkin tidak disadari bahkan oleh pengguna itu sendiri. Informasi ini menjadi dasar penting untuk tahap selanjutnya dalam mendefinisikan masalah dengan sudut pandang pengguna yang otentik dan bermakna [12].

Merumuskan Masalah

Setelah mengumpulkan data dan wawasan dari tahap *Empathize*, langkah berikutnya adalah *Define*. Tahap ini bertujuan menyaring dan menyusun semua informasi menjadi *problem statement* yang jelas dan fokus. Dalam Design Thinking, rumusan masalah tidak hanya teknis, tetapi lebih kepada apa yang *dirasakan dan dibutuhkan* oleh pengguna. Perumusan masalah ini disebut juga *Point of View (POV)*, yaitu pendekatan mendefinisikan masalah dari sudut pandang pengguna tertentu dalam konteks tertentu. Misalnya: "Bagaimana kita bisa membantu siswa SMA di daerah terpencil yang kesulitan belajar online karena keterbatasan akses internet?" Pernyataan semacam ini memfokuskan tim untuk berpikir solutif sesuai dengan realita pengguna. Dengan *problem statement* yang tajam dan berbasis empati, tim dapat menghindari asumsi atau bias internal. Tahap *Define* menjadi jembatan penting antara eksplorasi masalah dan eksplorasi solusi, dan menentukan arah inovasi ke depan secara lebih terarah dan bermakna [10-12].

Menghasilkan Ide

Pada tahap *Ideate*, tim mulai berpikir kreatif dan eksploratif untuk menghasilkan sebanyak mungkin ide solusi berdasarkan rumusan masalah yang sudah dibuat. Dalam tahap ini, prinsip "quantity over quality" diterapkan pada awalnya — semakin banyak ide yang dihasilkan, semakin besar peluang menemukan solusi inovatif yang belum terpikirkan sebelumnya. Berbagai teknik digunakan dalam tahap ini, seperti brainstorming, brainwriting, SCAMPER, atau mind mapping. Lingkungan yang terbuka, inklusif, dan bebas kritik sangat penting untuk mendorong ide-ide liar atau tidak konvensional muncul ke permukaan. Karena sering kali, solusi terbaik berasal dari gabungan ide yang tampak sederhana namun relevan dengan konteks pengguna. Setelah terkumpul banyak ide, tim akan mulai menyaring, mengelompokkan, dan memilih ide-ide paling menjanjikan. Proses pemilihan ini mempertimbangkan aspek kelayakan, daya guna, dan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna. Ide-ide tersebut kemudian disiapkan untuk diuji dalam bentuk prototipe [12].

Model Solusi

Di tahap *Prototype*, ide-ide yang dipilih dikembangkan menjadi bentuk fisik atau digital dalam versi sederhana agar dapat diuji. Prototipe bisa berupa sketsa, mockup, storyboard, aplikasi dasar, atau bahkan *roleplay*, tergantung pada konteks solusi yang dikembangkan. Yang terpenting adalah mewujudkan ide menjadi bentuk yang bisa "dilihat, disentuh, dan dirasakan". Tujuan membuat prototipe bukan untuk menciptakan produk akhir, tetapi untuk belajar dengan cepat dari kegagalan dan umpan balik pengguna. Proses ini juga membuka ruang eksplorasi, di mana ide-ide bisa dimodifikasi, digabungkan, atau bahkan dibuang jika tidak sesuai. Karena itu, prototyping sering dilakukan secara cepat, murah, dan iteratif. Dalam tim Design Thinking, semua orang dilibatkan dalam proses pembuatan prototipe agar tidak hanya berbagi ide, tetapi juga merasakan langsung bagaimana solusi mulai terbentuk. Prototipe menjadi alat komunikasi visual dan nyata, sehingga seluruh tim memiliki persepsi yang sama terhadap solusi yang sedang dibangun [15].

Uji Coba Solusi

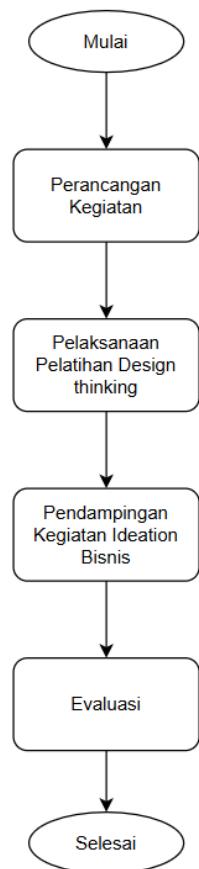
Tahap terakhir adalah Uji coba solusi (*Test*), yaitu menguji prototipe kepada pengguna untuk memperoleh umpan balik yang jujur dan relevan. Tujuannya bukan untuk mengonfirmasi bahwa solusi sudah sempurna, tetapi untuk melihat sejauh mana solusi tersebut menjawab kebutuhan pengguna dan mengidentifikasi titik perbaikan.

Dalam pengujian ini, pengguna diundang untuk mencoba solusi secara langsung, lalu tim mencatat reaksi, kesulitan, dan komentar mereka. Teknik yang digunakan bisa berupa usability testing, wawancara pasca uji, atau pengamatan perilaku selama penggunaan prototipe. Reaksi pengguna menjadi sumber insight untuk iterasi desain berikutnya. Hasil dari tahap *Test* seringkali mengarahkan tim untuk kembali ke tahap sebelumnya, baik itu memperbaiki prototipe (kembali ke *Prototype*), mempertajam ide (kembali ke *Ideate*), atau bahkan meredefinisi masalah (kembali ke *Define*). Dengan kata lain, Design Thinking bukan proses linier, tetapi siklus iteratif yang terus disempurnakan.

Dalam praktiknya, Design Thinking banyak digunakan dalam pengembangan produk, layanan, maupun sistem, baik di sektor bisnis, pendidikan, maupun teknologi. Keunggulan utamanya adalah kemampuannya mendorong inovasi yang relevan dan berdampak nyata karena berbasis pada kebutuhan pengguna yang sesungguhnya. Dengan melibatkan berbagai disiplin ilmu dalam prosesnya, *design thinking* juga mendukung kerja tim lintas fungsi untuk menciptakan solusi yang lebih kreatif dan aplikatif [16].

Metodologi Penelitian

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini, kami



Gambar 2. Alur Kegiatan Pelatihan design thinking

Metode yang digunakan dalam program ini berbasis pendekatan partisipatif dan experiential learning, yaitu:

1. Sosialisasi & Pendekatan Komunitas → Mengidentifikasi kebutuhan remaja nonproduktif dan membangun keterlibatan mereka.
2. Pelatihan Berbasis Design Thinking → Menggunakan metode Design Thinking sebagai pendekatan problem-solving yang inovatif untuk mengasah kompetensi kepemimpinan Generasi Z.
3. Pendampingan & Mentoring → Memberikan bimbingan intensif agar peserta dapat mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh.
4. Evaluasi & Tindak Lanjut → Mengukur dampak program dan mengembangkan rencana keberlanjutan.

Berikut tahapan pelaksanaan:

Tahap Persiapan

- Koordinasi dengan RW 15 dan pihak terkait untuk mendapatkan izin serta dukungan dalam pelaksanaan program.
- Identifikasi peserta dengan mengadakan survei sederhana untuk mendata remaja non-produktif yang akan menjadi sasaran program.
- Penyusunan modul pelatihan berbasis Design Thinking dan Z Leadership yang sesuai dengan kebutuhan peserta.
- Persiapan fasilitator dan mentor dari akademisi, praktisi, atau profesional yang memiliki pengalaman dalam bidang kepemimpinan dan inovasi sosial.

Tahap Pelaksanaan

Sesi 1: Pengenalan Design Thinking dan Z Leadership

- Pengantar konsep Design Thinking dan bagaimana penerapannya dalam menyelesaikan masalah sehari-hari.
- Pengenalan Z Leadership: Kompetensi utama kepemimpinan generasi Z, seperti inovasi, digital mindset, dan empati sosial.
- Diskusi interaktif tentang tantangan yang dihadapi oleh remaja non-produktif.

Sesi 2: Empathize & Define – Identifikasi Masalah

- Melatih peserta untuk mengenali permasalahan di lingkungan sekitar mereka melalui observasi dan wawancara.
- Teknik mind mapping untuk menggali akar masalah dan menentukan fokus solusi.

Sesi 3: Ideate – Menciptakan Solusi Kreatif

- Brainstorming ide kreatif untuk mengatasi masalah yang telah didefinisikan.
- Simulasi dan role-playing dalam menyusun strategi pemecahan masalah.

Sesi 4: Prototype – Membangun Solusi Nyata

- Membuat prototipe sederhana dari ide yang telah dipilih (bisa dalam bentuk sketsa, model digital, atau rencana kegiatan).
- Pendampingan dari mentor untuk membantu peserta menyempurnakan solusi mereka.

Sesi 5: Test & Implementasi – Uji Coba dan Penerapan di Komunitas

- Peserta menguji solusi yang telah mereka buat dan mengaplikasikannya dalam lingkungan nyata.
- Diskusi dan refleksi mengenai kendala serta cara memperbaiki solusi yang telah dibuat.

Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

- Evaluasi program melalui survei dan wawancara dengan peserta untuk mengukur dampak pelatihan.
- Pendampingan lanjutan bagi peserta yang ingin mengembangkan proyek lebih lanjut.
- Dokumentasi dan laporan hasil pengabdian masyarakat untuk disampaikan kepada pihak desa dan pemangku kepentingan lainnya.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan dan Hasil Pengabdian Masyarakat

Pada bagian ini, hasil pengabdian disajikan mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh dosen peneliti dan instruktur. Kegiatan pengabdian masyarakat dengan topik *design thinking* untuk generasi *Z-leadership* RW15 Desa Citeurup Kabupaten Bandung.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini didesain dengan teknik pelatihan dan pendampingan kepada peserta remaja yang menjadi target sasaran atau mitra dari abdimas. Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, 22 Maret 2025 di ruang rapat Gedung Cacuk Universitas Telkom Bandung. Pengarahan panitia pelaksana pengabdian masyarakat dilakukan selama beberapa pertemuan untuk menyelesaikan persiapan. Pertemuan dilakukan dengan memeriksa perlengkapan dan bahan pelatihan, serta mengecek lokasi dan kesiapan materi pelatihan.



Gambar 3. Rapat Persiapan Panitia Pelaksana

Salah satu persiapan yang penting adalah penyusunan rangkaian kegiatan saat hari pelaksanaan. Detail *rundown* kegiatan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Rundown Kegiatan

Waktu	Agenda
12.00-12.45	Registrasi Peserta
12.45-13.00	Pembukaan
13.00-13.10	Sambutan
13.10-15.00	Materi Sesi 1
15.00-15.45	Istirahat
15.45 – 17.00	Materi Sesi 2
17.00-selesai	Penutupan & Feedback

Gambar 4 dan Gambar 5 menunjukkan aktifitas pelatihan yang diisi oleh instruktur yang juga dosen yang sudah banyak berpengalaman di bidang *design thinking*. Pelatihan *design thinking* terdiri dari 2 sesi. Pada sesi pertama, peserta dibagi menjadi beberapa kelompok yang terdiri dari 4 – 5 orang dalam satu kelompok, kemudian instruktur memberikan *brainstorming* awal sebagai pengenalan tentang *design thinking* dan kegunaannya dalam membantu merumuskan ide bisnis. Instruktur mengajak peserta untuk lebih interaktif sebagai bagian dari metode *design thinking*, kemudian memberikan pendahuluan kepada peserta sebelum masuk dalam materi. Aktivitas pertama ini dapat dilihat pada Gambar 4 dan Gambar 5.



Gambar 4. Penyampaian materi



Gambar 5. Sesi Ideation

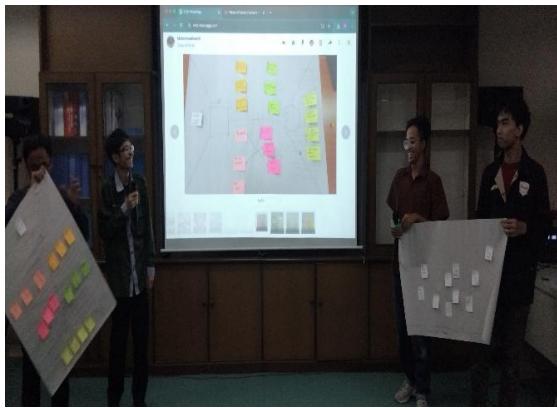
Penyampaian *pra-design thinking* berupa ragam metode dan urgensi penggunaannya. Penyampaian *learning goals* dan *user centered design* untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna berdasarkan kebutuhan pasar (*empathize*) menggunakan *tools customer profile* dan *value proposition*. Penyampaian materi *define* untuk membantu mengidentifikasi masalah berdasarkan tahap *empathize* menggunakan *tools User Personal*.

Hasil identifikasi kemudian dipetakan berdasarkan *value proposition* dan *user profile* untuk dianalisis antara masalah sebagai kebutuhan pengguna dan solusi yang ditawarkan oleh peserta. Identifikasi dan analisis dilakukan. Pada Gambar 6 menunjukkan diskusi masing-masing kelompok untuk memikirkan dan merumuskan konsep ide bisnis yang diinginkan serta didampingi oleh instruktur untuk setiap kelompok. Implementasi penyampaian materi *ideate* sekaligus praktik ideasi bisnis dari kebutuhan pasar dan dihubungkan dengan hasil identifikasi masalah menggunakan *user personal*. Ideasi bisnis dilakukan dengan menulis sebanyak – banyaknya ide pada *sticky note* kemudian menempelkannya pada media karton yang sudah disediakan



Gambar 6. Pendampingan peserta

Setiap ide akan dipetakan dalam gambar grafik dua dimensi dimana sumbu X sebagai parameter *feasibility for team* dan sumbu Y sebagai parameter *value to user*. **Sesi kedua** dimulai dengan presentasi ditunjukkan pada Gambar 7, hasil diskusi ideasi bisnis oleh setiap kelompok. Setiap kelompok menyampaikan ide bisnis mereka berdasarkan analisis dan identifikasi dari tahap *empathize* untuk menemukan kebutuhan pengguna, tahap *define* untuk identifikasi masalah dan penulisan solusi yang ditawarkan, hingga tahap *ideate* yang merupakan hasil analisis dan pemetaan ide bisnis berdasarkan *feasibility for team* dan *value to user*, sehingga setiap kelompok mengambil kesimpulan akhir dari ide bisnis yang akan mereka tawarkan.

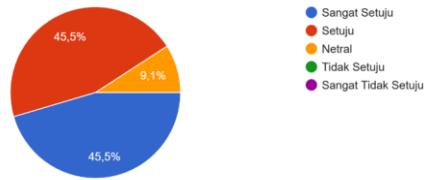


Gambar 7. Tahap presentasi Ide bisnis

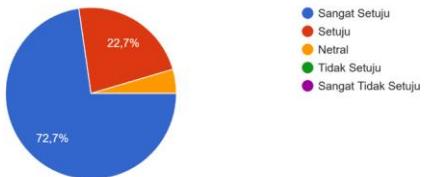
Umpan Balik dari Peserta Pengabdian Masyarakat

Setelah semua tahap pengabdian pada masyarakat sasar telah selesai dilaksanakan, kami para dosen dan instruktur melakukan evaluasi. Evaluasi pengabdian masyarakat kali ini menggunakan kuisioner. Kuisisioner dibuat dalam bentuk enam pertanyaan di *google form*. Evaluasi ini berguna untuk mendapatkan umpan balik dari peserta dengan tujuh pertanyaan terbuka. Hal ini merupakan bagian dari kesinambungan yang harapannya akan selalu tetap menjaga interaksi antara dosen peneliti, panitia instruktur dan peserta sasar dari pengabdian masyarakat pelatihan *design thinking* ini.

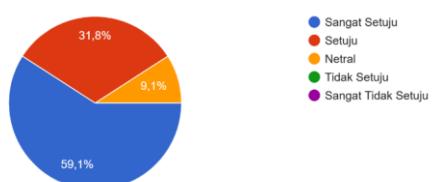
Gambar 8 hingga Gambar 13 merupakan hasil dari respon peserta pelatihan terhadap seluruh pertanyaan evaluasi diberikan. Secara terperinci juga dirangkum sebagaimana terlihat pada Tabel 1. Gambar 8 menunjukkan hasil dari respon peserta terhadap kesesuaian materi dengan kebutuhan dari peserta mengenai *design thinking* untuk menemukan bisnis dan *leadership*. Dari diagram menunjukkan bahwa persentase dari peserta sangat setuju dan setuju totalnya 91%. Data ini menunjukkan bahwa materi yang diberikan selama pengabdian masyarakat oleh dosen peneliti mencerminkan sudah relevan dengan kebutuhan dari peserta pelatihan sebagai target dari pengabdian masyarakat kalangan remaja generasi Z.



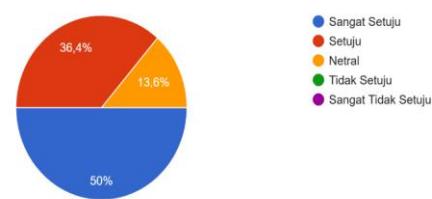
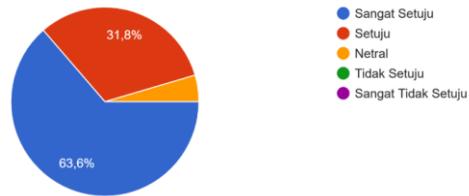
Gambar 8. Kesesuaian materi dengan kebutuhan mitra



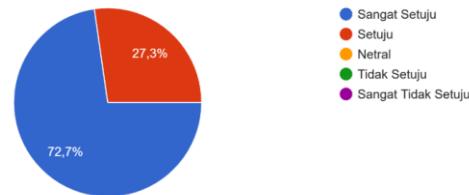
Gambar 9. Materi disajikan dengan jelas dan mudah dipahami



Gambar 10. Materi terkait bermanfaat masa depan

Gambar 11. materi terkait *design thinking* berdampak ke peserta

Gambar 12. Ketertarikan peserta untuk melanjutkan kegiatan pelatihan serupa



Gambar 13. Pelayanan dosen peneliti dan panitia terhadap peserta pelatihan

Tabel 1. Kuisisioner pertanyaan pelatihan *design thinking*

No	Pertanyaan	SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
1	Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta	45.5	45.5	9.1	0	0
2	Materi/kegiatan disajikan jelas dan mudah dipahami	72.7	22.7	4.6	0	0
3	Peserta merasa materi diberikan menjadi bekal masa depan	59.1	31.8	9.1	0	0
4	Pelatihan ini memberikan <i>impact</i> terhadap peserta	50	36.4	13.6	0	0
5	Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan	72.7	27.3	0	0	0
6	Peserta berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan dimasa yang akan datang	63.6	31.8	4.6	0	0

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
N = Netral
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Keterangan:

Berdasarkan hasil kuesioner, terdapat 72,7% dari peserta

sangat setuju bahwa materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami, selain itu sebanyak 91% (45,5% Sangat Setuju; 45,5% Setuju) peserta menyampaikan bahwa materi/kegiatan sesuai dengan kebutuhan peserta.

Beberapa hal yang menjadi perhatian bahwa peserta yang merupakan generasi Z dominan sangat setuju apabila kegiatan harus dilanjutkan di masa yang akan datang, dan selaras dengan persentase poin ketiga, yaitu sebanyak 59,1% sangat setuju dan 31,8% setuju bahwa materi yang disampaikan menjadi bekal masa depan peserta. Berdasarkan hal tersebut, kegiatan dapat dilanjutkan dengan peningkatan dan pengembangan materi sehingga peserta dapat melakukan simulasi dan inkubasi ide bisnis. Setelah kegiatan ditutup, peserta dan panitia melakukan dokumentasi bersama

Kesimpulan

Pelatihan *design thinking* untuk memperkaya pengetahuan merancang bisnis telah berhasil dilaksanakan dengan sebanyak 20 peserta remaja dari Citeurup Kabupaten Bandung. Pelatihan ini sukses dilaksanakan ditandai dengan tingkat pemahaman peserta bertambah 93,4% berdasarkan respon yang diberikan oleh peserta. Peserta remaja dari desa Citeurup Dayeuhkolot Kab. Bandung mengikuti dan telah memahami pentingnya menjadi seorang entrepreneur. Peserta juga telah menguasai materi telah diberikan dimulai dari tahap ide hingga tindak lanjut ide bisnis akan diterapkan. Selain itu, remaja desa Citeurup diharapkan dapat menerapkan ide bisnis yang telah dikonsep saat pelatihan. Namun, hal ini tentunya dibutuhkan pendampingan dan tindak lanjut kedepan. Oleh karenanya pelatihan dengan model pendekatan menjadi entrepreneur ke generasi muda menjadi bagian penting untuk terus dilanjutkan karena memberikan lingkungan senantiasa dari usia muda untuk mulai memikirkan untuk jadi pebisnis. Oleh karena itu, kegiatan abdimas seperti ini diharapkan terus berlanjut hingga peserta didampingi hingga punya bisnis dan aplikasi nyata.

Daftar Pustaka

- [1] Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). Statistik Penduduk Indonesia 2022. BPS.
- [2] OECD. (2019). The Future of Work: Employment Outlook 2019. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9ee00155-en>
- [3] Brown, T. (2009). Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society. Harper Business.
- [4] Liedtka, J. (2015). Perspective: Linking Design Thinking with Innovation Outcomes through Cognitive Bias Reduction. Journal of Product Innovation Management, 32(6), 925-938. <https://doi.org/10.1111/jpim.12163>
- [5] Deloitte. (2018). Leading the Social Enterprise: Reinvent with a Human Focus. Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com>
- [6] Johansson-Sköldberg, U., Woodilla, J., & Çetinkaya, M. (2013). Design Thinking: Past, Present and Possible Futures. Creativity and Innovation Management, 22(2), 121-146. <https://doi.org/10.1111/caim.12023>
- [7] World Economic Forum. (2020). The Future of Jobs Report 2020. WEF. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>
- [8] Wagner, T. (2012). Creating Innovators: The Making of Young People Who Will Change the World. Scribner.
- [9] Liedtka, J. (2015). Perspective: Linking Design Thinking with Innovation Outcomes through Cognitive Bias Reduction. Journal of Product Innovation Management, 32(6), 925-938. <https://doi.org/10.1111/jpim.12163>
- [10] Rahimn Bender-Salazar. (2023). "Design thinking as an effective method for problem-setting and needfinding for entrepreneurial teams addressing wicked problems". Journal of Innovation and Entrepreneurship, 12(24), 1-23. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00291-2>
- [11] Balamuralithara Balakrishnan. (2022). "Exploring the impact of design thinking tool among desing undergraduates: a study on creative skills and motivation to think creatively". International Journal of Technology and Design Education, vol. 32, 1799-1812. <https://doi.org/10.1007/s10798-021-09652-y>
- [12] Mary K. Foster. (2021). "Design Thinking: A Creative Approach to Problem Solving". Management Teaching Review, vol. 6(2) 123-140. <https://doi.org/10.1177/23792981119871468>
- [13] Jieun Kwon, Younghyun Choi, and Yura Hwang. (2021). "Enterprise Design Thinking: An Investigation on User-Centers Design Processes in Large Corporations". designs, vol. 5(43), 1-14. <https://doi.org/10.3390/designs5030043>
- [14] Gianluca Carella, Cabrio Cautela, Michele Melazzini, Xue Pei, and Felicitas Schmittinger. (2023). "Design thinking for entrepreneurship: An explorative inquiry into its practical contributions". The Design Journal, vol. 26(1), 7-31. <https://doi.org/10.1080/14606925.2022.2144565>
- [15] Claudio Dell'Era, Stefano Magistretti, Marina Candi, Mattia Bianchi, Giulia Calabretta, Illeana Stigliani and Roberto Verganti. (2025). "Design thinking in action: a quantitative study of design thinking practices in innovation projects". Journal of Knowledge Management, vol. 29(11), pp.32-58. <https://doi.org/10.1108/JKM-04-2024-0424>
- [16] Nicolas Rosch, Victor Tiberius, and Sascha Kraus. (2022). "Design thinking for innovation: context factors, process, and outcomes". European Journal of Innovation Management, vol. 26, No.7, pp. 160-176. <https://doi.org/10.1108/EJIM-03-2022-0164>