

# Pembekalan Design Thinking Untuk Pembentukan Karakter Wirausaha Muda Solutif-Inovatif Pada Murid SMA/K di Kota Palu

Dwi Hosanna Bangkalang<sup>1</sup>, Nina Setiyawati<sup>2</sup>, Evans Mailoa<sup>3</sup>, Deasy Carolina<sup>4</sup>, M. A. Ineke Pakereng<sup>5</sup>, Willson Mangoki<sup>6</sup>

<sup>1,4,6</sup>Departemen Sistem Informasi, Universitas Kristen Satya Wacana

<sup>2,3,5</sup>Departemen Teknik Informatika, Universitas Kristen Satya Wacana

E-mail: <sup>1</sup>dwihosanna.bangkalang@uksw.edu, <sup>2</sup>nina.setiyawati@uksw.edu,

<sup>3</sup>evans.mailoa@uksw.edu, <sup>4</sup>deasy.carolina@uksw.edu, <sup>5</sup>ineke.pakereng@uksw.edu,

<sup>6</sup>willson.mangoki@uksw.edu

## Abstrak

Salah satu tantangan pada wirausaha muda adalah adanya persoalan pada tahap analisis pasar sebelum usaha mulai dirintis yakni produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, minat siswa untuk berwirausaha masih cenderung rendah. Hal tersebut dipengaruhi oleh pola pikir yang kurang adaptif terhadap risiko dan ketidakpastian, serta ketakutan terhadap kegagalan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilakukan di SMKN 1 Palu dan SMAN 2 Palu dengan memberikan *workshop* Design Thinking kepada siswa untuk membentuk karakter para siswa menjadi gigih, empati, peka, dan kreatif. Dimana karakter ini dibutuhkan untuk menjadi seorang wirausaha. *Workshop* dilakukan dengan metode praktik untuk meningkatkan partisipasi setiap peserta. Pendekatan berbasis praktik dan interaktif ini terbukti efektif dalam membangun kepercayaan diri, pola pikir kreatif, dan keterampilan wirausaha peserta. Hal ini dibuktikan dengan antusiasme aktif selama proses *workshop* berlangsung dan kualitas hasil kerja akhir yang disusun oleh siswa. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan setelah *workshop*, 79% peserta menilai bahwa Design Thinking merupakan materi penting untuk mereka.

Kata kunci: Design Thinking, wirausaha, solutif-inovatif, *workshop*

## Abstract

*One of the challenges facing young entrepreneurs is the issue of market analysis before starting a business, namely the product produced does not match market needs. Furthermore, student interest in entrepreneurship is still low. This is influenced by a mindset that is less adaptive to risk and uncertainty, as well as a fear of failure. This Community Service (PkM) activity was carried out at SMKN 1 Palu and SMAN 2 Palu by providing a Design Thinking workshop to students to shape their character to be persistent, empathetic, sensitive, and creative. These character traits are needed to become entrepreneurs. The workshop was conducted using a practical method to increase the participation of each participant. This practice-based and interactive approach has proven effective in building participants' self-confidence, creative mindset, and entrepreneurial skills. This is evidenced by active enthusiasm during the workshop process and the quality of the final work produced by the students. Based on the results of the evaluation conducted after the workshop, 79% of participants considered Design Thinking to be important material for them.*

Keywords: Design Thinking, entrepreneurship, innovative solutions, workshops

## 1. PENDAHULUAN

Pendidikan abad ke-21 menuntut peserta didik untuk memiliki keterampilan berpikir kritis, kreatif, komunikatif, dan kolaboratif, khususnya dalam konteks persaingan global dan tantangan dunia kerja yang semakin dinamis. Di Indonesia, meskipun pendidikan kewirausahaan mulai dikenalkan di sekolah menengah, minat siswa untuk berwirausaha masih cenderung rendah. Hal tersebut dipengaruhi oleh pola pikir yang kurang adaptif terhadap risiko dan ketidakpastian, serta ketakutan terhadap kegagalan. Data juga menunjukkan bahwa jumlah wirausaha Indonesia turun 0,2% dari tahun 2024 [1]. Meskipun Total early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata regional Asia Tenggara, TEA Indonesia negara yang tingkat aktivitas kewirausahaannya telah berkurang setengahnya [2].

Salah satu tantangan pada wirausaha muda adalah adanya persoalan pada tahap analisis pasar sebelum usaha mulai dirintis yakni produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan kebutuhan pasar. Kewirausahaan tidak hanya mengacu pada kemampuan individu untuk menciptakan dan mengembangkan usaha bisnis, tetapi juga mencakup sikap inovatif, kreativitas, kemampuan mengatasi tantangan, dan keberanian dalam mengambil risiko. Persoalan ini disebabkan oleh proses pembinaan kompetensi yang masih belum berjalan secara optimal.

Oleh karena itu pembekalan terhadap wirausaha perlu terus dilakukan, terutama wirausaha muda. Hal ini perlu menjadi perhatian bersama karena wirausaha muda memiliki peran krusial dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan [3]. Keberadaan wirausaha muda berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan pengembangan komunitas local [4]. Pembekalan karakter wirausaha sejak dini ini sangat diperlukan karena tidak semua lulusan SMA/K dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi atau langsung terserap dunia kerja formal. Penanaman karakter solutif-inovatif menjadi kunci agar generasi muda mampu mengenali masalah di sekitar dan menciptakan solusi kreatif yang bernilai ekonomi.

Kegiatan PkM dilakukan di SMKN 1 Palu dan SMAN 2 Palu. Palu adalah salah satu daerah potensi pengembangan investasi di Sulawesi Tengah [5], sehingga pembekalan karakter wirausaha kepada generasi muda Palu perlu dilakukan secara intensif. Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah memberikan pelatihan Design Thinking kepada murid SMKN 1 Palu dan SMAN 2 Palu. Design Thinking adalah cara menemukan solusi masalah melalui kreativitas [6]. Dengan Design Thinking, para wirausaha dibentuk untuk memiliki kemampuan penyelesaian masalah yang logis. Wirausaha tidak lepas dari kemampuan membaca pasar dan secara kreatif mencari dan menerapkan solusi untuk memecahkan pain dan meningkatkan gain dari pengguna/*customer*. Melalui tahapan Design Thinking, adalah upaya pembentukan karakter para wirausaha muda untuk menjadi gigih, peka, dan memiliki *fluid intelligence*. Adapun *fluid intelligence* merupakan kapasitas untuk berpikir secara logis dan menyelesaikan masalah dalam situasi baru, dimana kemampuan ini dibutuhkan karena berkaitan dengan kemampuan wirausaha untuk berpikir logis dan beradaptasi [7]. Tabel 1 menunjukkan keterkaitan permasalahan mitra dan solusi yang dilakukan pada kegiatan PkM ini.

Tabel 1. Bagan Usulan Solusi

Masalah Mitra	Literatur Pendukung	Solusi yang dilakukan	Target Luaran
- Tidak banyak wirausaha muda yang merupakan lulusan SMA/K ke atas. Didominasi lulusan SD atau tidak sekolah. Wirausaha muda perlu kemampuan analisis	- Pentingnya membentuk karakter para wirausaha menjadi gigih, empati, dan peka melalui tahapan <i>Design Thinking</i> [8], [9] - Pentingnya <i>Design Thinking</i> untuk membentuk kreativitas	- Pelatihan <i>Design Thinking</i>	- Murid SMA/K dapat mengeksplorasi kebutuhan target <i>customer</i> , mendefinisikan masalah dan menciptakan solusi inovatif - Murid SMA/K dapat menghasilkan <i>prototype</i> produk berdasarkan kebutuhan target <i>customer</i>

pasar agar produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan pasar	entrepreneur dalam membaca pasar dan menjawab permasalahan <i>customer</i> [10]		- Murid SMA/K dapat mengevaluasi prototype yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan target <i>customer</i>
---	---	--	---

Terdapat beberapa kegiatan PkM Design Thinking yang telah dilakukan sebelumnya oleh tim lainnya. Beberapa diantaranya adalah: 1) Pemberdayaan UMKM Kuliner di Sleman melalui Penerapan Design Thinking dalam Perancangan Kemasan Produk [11]; 2) Rancangan Strategi Inovasi Desa Wisata Tenjolaya di Kabupaten Bandung dengan Pendekatan Design Thinking [12]; 3) Pelatihan Design Thinking Pada UMKM Binaan Kampung Digital Sentra Kreasi [13]; 4) Design Thinking Sebagai Pola Pikir: Menciptakan Generasi Produktif Dan Berkarakter Melalui Pendidikan Non-Formal di Rumah Gemilang Indonesia (RGI) [14]; 5) Pelatihan Design Thinking Untuk Inovasi Bisnis Bagi Remaja Di Panti Yayasan Griya Sodaqo Indonesia [15]. Perbedaan kegiatan ini dengan kegiatan PkM sebelumnya terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Tinjauan PkM Terkait dan Perbedaan

No	PkM Rujukan	Sasaran Utama	Fokus Kegiatan	Peran Design Thinking	Perbedaan dengan PkM ini
1	[11]	Pelaku UMKM kuliner yang sudah berjalan	Pemberdayaan UMKM melalui perancangan dan perbaikan kemasan produk agar lebih menarik dan kompetitif	Metode inovasi untuk merancang kemasan, memahami kebutuhan konsumen, dan menyusun solusi desain kemasan.	PkM ini menargetkan murid SMA/K sebagai calon wirausaha muda, berfokus pada pembentukan karakter solutif-inovatif, sedangkan PkM rujukan berfokus pada pengembangan kemasan dan branding UMKM yang sudah eksis.
2	[12]	Pengelola/pemangku kepentingan desa wisata	Penyusunan strategi inovasi dan pengembangan desa wisata (konsep destinasi, aktivitas, dan layanan)	Kerangka untuk memahami kebutuhan wisatawan, merumuskan masalah desa wisata, dan mengembangkan strategi “one stop healing camping ground”.	PkM ini berorientasi pada pembentukan karakter wirausaha muda SMA/K di Palu, sedangkan PkM rujukan berfokus pada perumusan strategi bisnis/pengembangan destinasi pariwisata bagi pengelola desa wisata.
3	[13]	UMKM binaan Kampung Digital Sentra Kreasi	Peningkatan kemampuan UMKM mengidentifikasi masalah usaha dan merancang solusi produk/layanan melalui pelatihan/workshop	Metode pelatihan inovasi bisnis: pemahaman tahapan Design Thinking dan penerapannya untuk memperbaiki usaha.	PkM rujukan berfokus pada pelaku usaha yang sudah berjalan. Sedangkan PkM ini menyasar murid SMA/K sebagai calon wirausaha. Design Thinking digunakan sebagai pola pikir kewirausahaan dan sarana pembentukan karakter solutif-inovatif, bukan sekadar toolkit inovasi UMKM.
4	[14]	Pemuda peserta pendidikan non-formal RGI	Pembentukan generasi muda yang tidak hanya memiliki keterampilan unggul, tetapi juga berkarakter baik	<i>Mindset</i> untuk memecahkan masalah, mengembangkan keterampilan, dan meningkatkan produktivitas serta karakter kerja peserta.	PkM rujukan lebih luas bertujuan untuk membentuk generasi yang produktif dengan tahapan Design Thinking yang digunakan adalah <i>Double Diamond</i> . Sedangkan PkM ini fokus eksplisit pada karakter wirausaha muda solutif-inovatif dan penguatan kewirausahaan lokal.
5	[15]	Remaja Di Panti Yayasan Griya Sodaqo Indonesia (Tingkat SMP dan SMA/K)	Penanaman <i>mindset</i> inovasi bisnis bagi bentuk keterampilan dasar dalam menyongsong masa depan	Metode yang membantu meningkatkan kemampuan dasar peserta untuk menganalisis kebutuhan pelanggan sehingga dapat menciptakan inovasi layanan produk dan jasa	PkM rujukan lebih luas bertujuan untuk meningkatkan <i>mindset</i> inovasi bisnis. Sedangkan PkM ini secara eksplisit berfokus pada karakter wirausaha.

## 2. METODE

Pelaksanaan kegiatan PkM ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui metode *workshop* interaktif di dua sekolah, yaitu SMAN 2 Palu dan SMKN 1 Palu. Proses pelaksanaan terdiri dari beberapa tahapan seperti terlihat pada Gambar 1.



### 2.1 Persiapan, Koordinasi, dan Identifikasi Kebutuhan

Pada tahap ini, Tim PkM melakukan koordinasi dengan pihak sekolah. Koordinasi dilakukan secara daring pada tanggal 4 dan 7 Juli 2025, dengan agenda mengidentifikasi karakteristik dan permasalahan yang dihadapi siswa terkait sikap wirausaha, serta untuk menentukan jadwal dan kebutuhan teknis pelaksanaan *workshop*. Setelah itu dilakukan penyusunan modul materi Design Thinking yang kontekstual dengan kebutuhan pengembangan karakter wirausaha pada siswa. Adapun materi yang disusun diserahkan terlebih dahulu kepada guru penanggung jawab untuk dilihat dan diperiksa.

### 2.2 Pelaksanaan Workshop

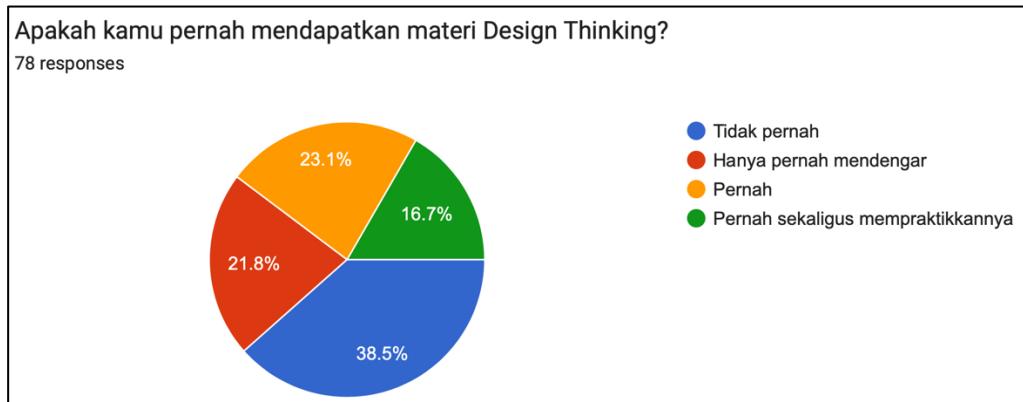
*Workshop* diselenggarakan secara tatap muka pada tanggal 24 September 2025 di SMAN 2 Palu dan 25 September 2025 di SMKN 1 Palu dengan metode pembelajaran aktif, meliputi pemaparan materi, diskusi interaktif, simulasi, dan praktik Design Thinking. Adapun tahapan Design Thinking yang diterapkan meliputi [16], [17]: *empathize, define, ideate, prototype, and testing* (presentasi hasil dan umpan balik). Adapun peserta dari *workshop* ini adalah siswa-siswi kelas XII dari semua jurusan untuk SMKN 1 Palu. Sedangkan *workshop* di SMAN 2 Palu, diikuti beragam siswa-siswi dari kelas X-XII.

### 2.3 Evaluasi dan Refleksi

Evaluasi keberhasilan *workshop* dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada peserta saat sebelum dan setelah *workshop* terkait pemahaman Design Thinking. evaluasi dilakukan untuk melihat perbandingan pemahaman peserta sebelum dan sesudah *workshop*. Selain itu, evaluasi juga digunakan sebagai masukan bagi Tim Pelaksana PkM.

## 3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pelaksanaan *workshop* dimulai dengan memberikan pertanyaan untuk mengetahui pemahaman peserta terkait konsep Design Thinking. Peserta diajak untuk menjawab pertanyaan apakah mereka pernah mendapat materi Design Thinking. Hasil jawaban peserta terlihat pada grafik di Gambar 2, yang mana hanya 16.7% peserta yang pernah mendengar sekaligus mempraktikkan Design Thinking. Lainnya, sebanyak 38.5% peserta tidak pernah mendengar Design Thinking, 21.8% hanya pernah mendengar, dan 23.1% pernah mendapatkan materi tentang Design Thinking.



Gambar 2. Grafik pemahaman peserta terkait Design Thinking

Selanjutnya, peserta menerima pemaparan materi pengantar tentang Design Thinking yang kemudian dilanjutkan dengan membentuk kelompok untuk praktik setiap tahapan Design Thinking, yaitu empathize, define, ideate, prototype, dan test. Sesi ini dilakukan secara interaktif, dengan simulasi kelompok dan studi kasus. Peserta diberi kesempatan untuk menganalisis sebuah masalah nyata di lingkungan sekitar, merumuskan pernyataan masalah, mengembangkan berbagai ide solusi, membuat prototipe sederhana, lalu mempresentasikan hasil kerja kelompok mereka untuk mendapatkan umpan balik dari fasilitator dan peserta lain. Setiap kelompok diberi peralatan yang terdiri dari kertas karton, kertas folio, *sticky notes*, spidol, dan lem.

### 3.1 Tahap Empathize

Pada tahap ini peserta diberikan satu topik studi kasus untuk setiap kelompok dan kemudian diberikan waktu untuk mengumpulkan *secondary data* melakukan *competitive analysis* untuk melihat produk-produk yang sudah ada terkait studi kasus yang diberikan.

### 3.2 Tahap Define

Pada tahap ini, peserta mulai dengan menuliskan *pain point* dari studi kasus yang akan dipecahkan yang kemudian dilanjutkan ke proses *How Might We* untuk mendefinisikan fokus permasalahan yang akan diselesaikan.



Gambar 3. Proses Define

### 3.3 Tahap Ideate

Terdapat tiga proses yang dilakukan peserta pada tahap ini. Proses pertama adalah peserta memberikan menuliskan ide sebanyak mungkin dalam waktu yang cukup singkat yaitu 10 menit. Proses ini bertujuan untuk menggali ide sebanyak mungkin dari peserta. Proses kedua adalah *Infinity Diagram* yaitu mengelompokkan ide-ide yang serupa atau hampir sama. Proses ketiga adalah *Prioritization Matrix*. Pada proses ini peserta mengelompokkan prioritas pengerjaan solusi dan menempatkannya pada matrik *Do It Now*, *Do Next*, *Later*, dan *Do Last* untuk melihat prioritas solusi yang dikerjakan pertama.



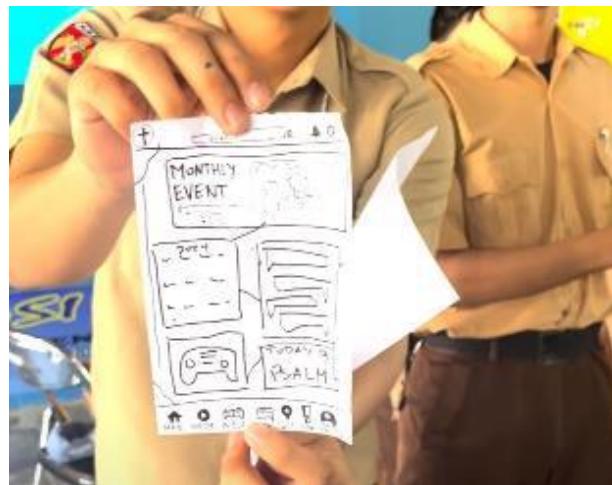
Gambar 4. Hasil Ideate salah satu kelompok

### 3.4 Tahap Prototype

Pada tahap ini, peserta membuat prototipe dari solusi yang dihasilkan pada tahap *Ideate*. Dikarenakan tidak semua peserta membawa laptop, maka prototipe dibuat dengan bahan yang ada seperti kertas folio, dan kertas karton.

### 3.5 Tahap Testing

Testing tidak dapat dipraktikkan dikarenakan waktu *workshop* yang terbatas. Namun, peserta dibekali jenis-jenis pengujian produk digital. Pada tahap ini, setiap kelompok mempresentasikan hasil produk dan menjelaskan prosesnya dari *empathize* sampai prototipe yang dihasilkan.



Gambar 5. Hasil Prototipe salah satu kelompok



Gambar 6. Sesi presentasi

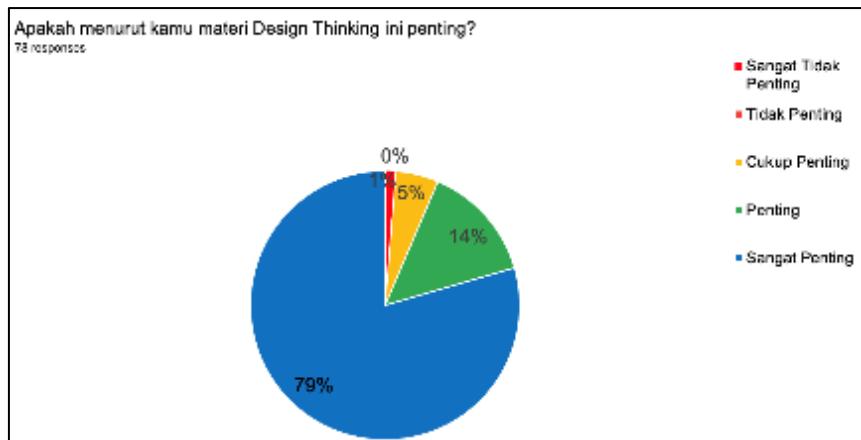
Evaluasi dilakukan setelah sesi presentasi untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti *workshop*. Peserta diminta menjawab beberapa pertanyaan melalui Google Form. Hasil evaluasi terlihat pada Gambar 7 sampai dengan Gambar 11.



Gambar 7. Grafik masukan dari peserta terkait *workshop*

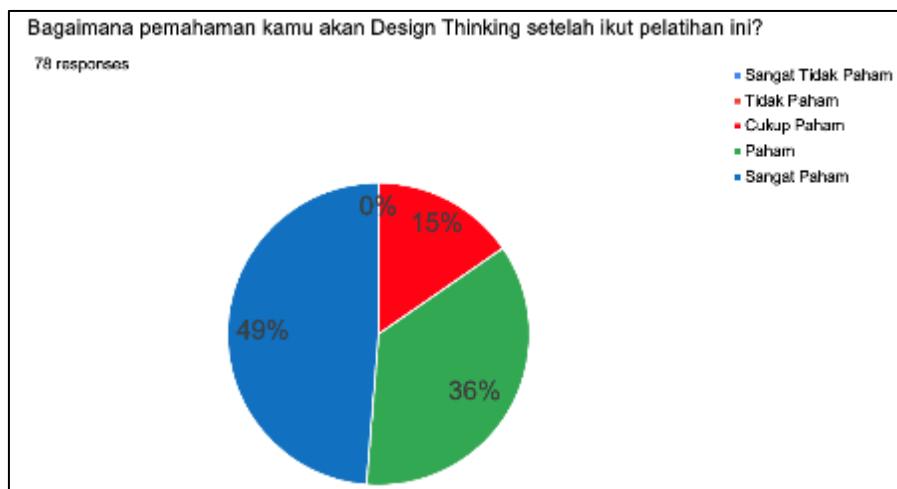
Gambar 7 menunjukkan bahwa 61.5% peserta menilai bahwa *workshop* sudah dilakukan dengan cukup baik dan 23.1% peserta menilai bahwa waktunya diperpanjang. Hal ini menunjukkan ketertarikan peserta untuk mendalami materi Design Thinking. Namun, 15.4% peserta memberikan masukan bahwa materi seharusnya dibuat lebih mudah untuk dipahami.

Masukan ini merupakan evaluasi bagi Tim PkM untuk dapat lebih membangun dan membawakan materi yang lebih mudah dipahami peserta.



Gambar 8. Grafik tingkat urgensi materi Design Thinking

Gambar 8 menunjukkan bahwa 79% peserta menilai bahwa materi Design Thinking sangat penting. Peserta menilai bahwa proses Design Thinking membantu mereka dalam melihat permasalahan serta menuangkan ide solusi untuk permasalahan tersebut. Proses ini relevan dengan bagaimana menemukan ide-ide bisnis yang solutif dan aplikatif terhadap kebutuhan nyata di lingkungan mereka.



Gambar 9. Grafik tingkat pemahaman peserta setelah *workshop*

Gambar 9 menunjukkan bahwa 49% peserta sangat paham, 36% peserta paham, dan 15% peserta cukup paham Design Thinking. Hasil ini menunjukkan adanya kenaikan pemahaman peserta akan materi Design Thinking secara signifikan, dimana sebelum pelatihan 38.5% peserta tidak pernah mendengar Design Thinking sedangkan setelah pelatihan tidak ada peserta yang tidak memahami Design Thinking.

Gambar 10 menunjukkan tahapan Design Thinking mana yang paling mereka suka, dan 39.7% menjawab bahwa Prototyping adalah tahap yang paling membuat mereka tertarik. Namun, hanya 2.6% peserta yang menjawab tahap Define yang membuat mereka tertarik. Hal ini menjadi evaluasi bagi Tim PkM untuk membuat tahap Define lebih menarik bagi peserta karena tahap Define membantu peserta lebih kritis melihat permasalahan, meningkatkan kemampuan analisis, dan mendefinisikan permasalahan dengan tepat.



Gambar 10. Grafik tingkat ketertarikan peserta berdasarkan tahapan Design Thinking setelah *workshop*

#### 4 KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PkM yang telah dilakukan di dua SMA/K di Kota Palu menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terkait Design Thinking beserta tahapannya. Peserta terlihat lebih berani, aktif, dan kolaboratif dalam mengemukakan ide, melakukan diskusi, dan bereksperimen dengan solusi inovatif terhadap masalah yang telah mereka identifikasi. Evaluasi melalui presentasi, diskusi akhir, dan analisis tugas akhir kelompok mencatat bahwa sebagian besar peserta mampu menerapkan konsep Design Thinking dalam merancang solusi bisnis sederhana yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Pendekatan berbasis praktik dan interaktif ini terbukti efektif dalam membangun kepercayaan diri, pola pikir kreatif, dan keterampilan wirausaha peserta. Hal ini dibuktikan dengan antusiasme aktif selama proses *workshop* berlangsung dan kualitas hasil kerja akhir yang disusun oleh siswa.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan PkM ini didanai oleh Wakil Rektor Riset, Inovasi, dan Kewirausahaan Universitas Kristen Satya Wacana melalui Direktorat Riset dan pengabdian Masyarakat. Tim PkM juga mengucapkan terima kasih kepada SMKN 1 Palu dan SMAN 2 Palu yang telah bersedia menjadi mitra dan membantu melancarkan kegiatan PkM ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] “KEADAAN ANGKATAN KERJA DI INDONESIA Labor Force Situation in Indonesia.”
- [2] “GEM 2023/2024 Global Report,” 1999. [Online]. Available: <http://www.witchwoodhouse.com>
- [3] Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, “STRATEGI NASIONAL KEWIRAUSAHAAN PEMUDA,” 2022.
- [4] A. Fawaid Suwanan, D. T. Kurniawan, R. Dwiajiyati, L. Puteri, and J. Sayono, “How the Impact of Business Model, Technology and Knowledge, Networking, and Attaining Financial Competencies on Woman Entrepreneurial Intention for Rural Youth,” 2021.
- [5] S. Saleh, M. Salham, and N. Mansyur, “HARAPAN DAN TANTANGAN ENTREPRENEUR DI KOTA PALU,” *Jurnal Budaya Etnika*, vol. 2, pp. 3–14, Jun. 2018.
- [6] J. Auernhammer and B. Roth, “The origin and evolution of Stanford University’s design thinking: From product design to design thinking in innovation management,” *Journal of Product Innovation Management*, vol. 38, no. 6, pp. 623–644, Nov. 2021, doi: 10.1111/jpim.12594.
- [7] N. Kusumawardhani and D. Suryadarma, “Kemampuan beradaptasi adalah kunci pengusaha UKM bisa sukses di Indonesia,” Jun. 2020.

- [8] T. Siswanto, R. Shofiaty, and W. Kurniawan, “Design Thinking Sebagai Metode Pengembangan Program Kewirausahaan di FTI Universitas Trisakti,” in *Seminar Nasional Inovasi dan Aplikasi Teknologi di Industri 2019*, 2019, pp. 287–292.
- [9] W. Hartono, G. Ongkowijoyo, S. Christian, K. Gunawan, and M. Andersen, “APLIKASI DESIGN THINKING DALAM MEMBENTUK POLA PIKIR DAN KARAKTER ENTREPRENEUR BAGI SISWA-SISWI SEKOLAH CIPUTRA SURABAYA,” *Jurnal Leverage, Engagement, Empowerment of Community*, vol. 4, no. 2, pp. 189–194, 2022.
- [10] Sukaris, Alkusani, and H. Baskoro, “Penyuluhan Strategi Berinovasi Melalui Design Thinking dengan Konsep Efektuasi untuk Kesiapan Siswa Berwirausaha di SMA Muhammadiyah Cerme 8 Gresik,” *Jurnal Pengabdian Manajemen*, vol. 3, no. 1, pp. 7–14, 2023, doi: 10.30587/jpmanajemen.v3i01.5946.
- [11] K. Komariah *et al.*, “Pemberdayaan UMKM Kuliner di Sleman melalui Penerapan Design Thinking dalam Perancangan Kemasan Produk,” *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 10, no. 3, pp. 799–811, 2025, doi: 10.36312/linov.v10i3.3384.
- [12] D. Tricahyono, R. Rismayani, and B. Manuel, “Rancangan Strategi Inovasi Desa Wisata Tenjolaya di Kabupaten Bandung dengan Pendekatan Design Thinking,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, vol. 2, no. 3, pp. 118–132, Aug. 2023, doi: 10.54099/jpma.v2i3.654.
- [13] D. W. Soewardikoen, A. R. Adriyanto, and A. A. Razi, “PELATIHAN DESIGN THINKING PADA UMKM BINAAN KAMPUNG DIGITAL SENTRA KREASI,” *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 3, pp. 127–133, 2022, doi: 10.36257/apts.vxix.
- [14] A. Kuswanti, R. Gora Tayibnapis, M. Ghazali Moenawar, and U. Al-Azhar Indonesia, “DESIGN THINKING SEBAGAI POLA PIKIR: MENCIPTAKAN GENERASI PRODUKTIF DAN BERKARAKTER MELALUI PENDIDIKAN NON-FORMAL DI RUMAH GEMILANG INDONESIA (RGI),” *IKRAITH-ABDIMAS*, vol. 9, no. 3, pp. 543–551, 2025, doi: 10.37817/ikra-ithabdimas.v9i3.
- [15] F. Hamami, F. Mufied, A. Anshary, M. Iqbal, and H. Azhar, “Pelatihan Design Thinking Untuk Inovasi Bisnis Bagi Remaja Di Panti Yayasan Griya Sodaqo Indonesia,” *COSECANT: Community Service and Engagement Seminar*, vol. 4, no. 2, pp. 106–109, 2024, doi: 10.25124/cosecant/.v4i2.8497.
- [16] The Interaction Design Foundation, “What is Design Thinking?,” The Interaction Design Foundation.
- [17] IDEO, “Design Thinking,” IDEO.