

Workshop Design Thinking dalam Meningkatkan Kreativitas dan Kewirausahaan UMKM di Kota Malang

¹⁾Muhammad Dimar Alam*, ²⁾Helmy Aulia Rahman, ³⁾Putu Adi Putra Arimbawa

¹⁾Accounting Department, Faculty of Economics and Business, Universitas Brawijaya, Indonesia

Email Corresponding: dimar.alam@ub.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

Pengabdian masyarakat
UKM
Design thinking
Inovasi
Entrepreneur

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu UMK mengidentifikasi dan mengatasi tantangan dan permasalahan bisnis secara kreatif dan efektif. Pemikiran Desain menumbuhkan budaya inovasi dalam UMK dan memberikan penekanan kuat pada pemahaman dan empati dengan pelanggan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini antara lain sosialisasi, workshop dan pelatihan, serta analisis multikelompok. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para peserta kini dapat merasakan peningkatan kreativitas dan keterampilan ideasi. Mereka belajar berpikir di luar kotak, menghasilkan ide-ide inovatif, dan melakukan pendekatan pemecahan masalah dari perspektif baru. Workshop ini dapat membantu menanamkan pola pikir kewirausahaan di kalangan pemilik dan karyawan UMKM. Mereka mungkin menjadi lebih terbuka untuk mengambil risiko yang telah diperhitungkan dan menjajaki peluang bisnis baru. Meningkatnya keterampilan kewirausahaan dan kreatif UMKM dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal dengan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan kesempatan kerja.

ABSTRACT

Keywords:

Community service
SMEs
Design thinking
Entrepreneurship

The purpose of this community service activity is to assist SMEs in identifying and creatively addressing business challenges and issues effectively. Design Thinking fosters an innovation culture within SMEs and places a strong emphasis on understanding and empathizing with customers. The methods used in this community service activity include socialization, workshops and training, as well as multi-group analysis. The results of this community service activity include participants experiencing increased creativity and ideation skills. They learn to think outside the box, generate innovative ideas, and approach problem-solving from new perspectives. This workshop can help instill an entrepreneurial mindset among owners and employees of SMEs. They may become more open to taking calculated risks and exploring new business opportunities. The enhanced entrepreneurial and creative skills of SMEs can have a positive impact on the local community by contributing to economic development and job opportunities.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



I. PENDAHULUAN

Dalam lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat di era digital, muncul peluang dan tantangan baru bagi dunia usaha, khususnya di tingkat mikro, kecil, dan menengah. Menemukan ide inovatif untuk pengembangan penawaran produk atau jasa yang menarik dan memberikan manfaat baru kepada pelanggan telah menjadi langkah strategis yang perlu dilakukan secara terus menerus oleh para pelaku bisnis yang ingin mempertahankan kehadirannya di pasar dan industri (Utama, 2019). Dalam pendekatan tradisional, pengembangan inovasi penawaran produk atau jasa oleh suatu perusahaan memerlukan tim penelitian dan pengembangan yang terdiri dari karyawan dengan kompetensi yang kuat dalam melakukan riset pasar. Mengembangkan dan mengelola tim peneliti independen menghadirkan tantangan besar bagi usaha mikro, kecil, atau menengah yang memiliki sumber daya terbatas dibandingkan dengan perusahaan besar.

Di dunia Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang ramai, dimana persaingan sangat ketat dan pasar terus berkembang, inovasi telah muncul sebagai penyelamat bagi bisnis-bisnis tersebut. Secara narasi, perjalanan

inovasi menjadi bagian penting dari UKM serupa dengan transformasi sebuah desa yang tenang menjadi kota metropolitan yang berkembang. Seiring berjalanannya waktu, lanskap berubah secara dramatis. Era digital telah tiba, dan internet menghubungkan dunia dengan cara yang tidak terbayangkan. Tiba-tiba, UKM mendapati diri mereka bersaing tidak hanya dengan toko-toko di seberang jalan namun juga dengan bisnis dari seluruh dunia. Persaingan semakin ketat, dan pelanggan menjadi lebih cerdas, mencari produk dan layanan yang tidak hanya fungsional namun juga inovatif dan unik.

Di tengah transformasi ini, inovasi mulai memainkan peran penting dalam narasi UKM. Bisnis tidak lagi cukup hanya sekedar eksis; ia harus menonjol, menawarkan sesuatu yang berbeda dan menarik. Maka dimulailah perjalanan inovasi di dunia UKM. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk saja, cara bisnis beroperasi juga berubah. Pengusaha mulai mengadopsi alat digital, mengotomatiskan tugas yang berulang, dan menyederhanakan operasi (Klewitz & Hansen, 2014). Hal ini tidak hanya menjadikan bisnis lebih efisien namun juga mengurangi biaya, yang pada gilirannya menghasilkan profitabilitas yang lebih tinggi.

Dalam menghadapi tantangan global seperti pandemi COVID-19, inovasi menjadi sumber ketahanan. UKM berubah dan beradaptasi, menawarkan produk dan layanan baru, memperkenalkan pengiriman nirsentuh, dan menemukan solusi kreatif untuk bertahan dan bahkan berkembang. Inovasi telah menjadi bintang penuntun mereka, kompas mereka dalam dunia yang berubah dengan cepat (Rosmadi, 2021). Ini adalah kunci tidak hanya untuk bertahan hidup tetapi juga pertumbuhan, loyalitas pelanggan, dan masa depan yang cerah.

Design Thinking merupakan salah satu pendekatan dalam pemecahan masalah secara kreatif, sehingga menghasilkan ide dan inovasi yang efektif untuk masalah yang ditentukan (Linke, 2017). Dibandingkan dengan riset pasar, metode design thinking tidak memerlukan sumber daya yang besar dalam implementasinya, karena berbagai alat untuk mendukung proses design thinking tersedia secara gratis dan mudah diakses oleh siapa saja. Selain itu, pemikiran desain tidak memerlukan tim besar untuk melaksanakannya; dapat dibentuk dan dibubarkan setelah tujuan mencari ide dan inovasi untuk mengatasi tantangan perusahaan telah tercapai. Namun, tantangan terbesar bagi perusahaan yang ingin menerapkan design thinking adalah memastikan bahwa setiap anggota atau karyawan dalam perusahaan memahami proses kreatif di setiap tahapan metode design think dan bagaimana memanfaatkan alat yang tersedia untuk mendukung proses kreatif tersebut.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam menunjang perekonomian daerah dan seringkali dianggap sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Asumsi ini didasarkan pada pemikiran bahwa UMKM dapat merespon dengan cepat terhadap perubahan lingkungan bisnisnya dan cukup fleksibel dalam menyesuaikan model bisnisnya dengan dinamika zaman. Namun kenyataannya justru sebaliknya, UMKM termasuk kelompok yang paling mudah terkena dampak perubahan lingkungan bisnis yang begitu cepat. Salah satu contohnya adalah ketika pandemi COVID-19 melanda, jumlah UMKM yang mengalami penurunan pendapatan dan kegagalan usaha meningkat secara signifikan (Kusumaningrum dkk, 2021).

Berdasarkan analisis kondisi mitra binaan dan metode design thinking yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perlu adanya suatu kegiatan yang dapat membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memahami dasar-dasar penerapan metode design thinking sebagai pendekatan untuk menemukan solusi terhadap tantangan atau inovasi dalam menanggapi perubahan lingkungan bisnis digital. Sasaran utama kegiatan ini adalah para pemilik, pengelola, dan karyawan UMKM yang diharapkan memahami dasar-dasar setiap proses kreatif dalam setiap tahapan design thought. Melalui pemahaman tersebut, UMKM sasaran dapat menerapkan metode design thought sebagai langkah alternatif dalam pengembangan penawaran produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen sasarnya atau merumuskan langkah-langkah strategis untuk memecahkan tantangan yang dihadapi perusahaan.

II. MASALAH

1. Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah proses menyusun, mengembangkan, meluncurkan, dan menjalankan usaha bisnis baru dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Hal ini melibatkan pengambilan risiko yang diperhitungkan dan penggunaan pendekatan inovatif untuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan bisnis (Praszkier & Nowak, 2011). Wirausahawan adalah individu yang memprakarsai dan memimpin usaha bisnis ini, sering kali dengan tujuan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan atau peluang pasar. Mereka dikenal karena kesediaannya untuk mengambil risiko finansial, pribadi, dan profesional dalam mencapai tujuan bisnis mereka.

Kewirausahaan dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, mulai dari memulai bisnis lokal kecil-kecilan hingga menciptakan startup teknologi yang berkembang pesat. Ini melibatkan tugas-tugas seperti mengembangkan ide bisnis, membuat rencana bisnis, mendapatkan pendanaan, mengelola operasi, memasarkan produk atau layanan, dan beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar.

Kewirausahaan yang sukses sering kali membutuhkan kombinasi kreativitas, ketahanan, kemampuan beradaptasi, dan kemauan untuk belajar dari kegagalan. Wirausahawan memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di berbagai industri dan sektor.

2. Inovasi

Inovasi mengacu pada proses pengembangan dan penerapan ide, produk, layanan, proses, atau praktik baru dengan tujuan menciptakan nilai, memecahkan masalah, atau memperoleh keunggulan kompetitif. Hal ini melibatkan pengambilan konsep yang sudah ada dan menemukan cara baru untuk memperbaikinya atau memperkenalkan konsep baru yang berpotensi memberikan dampak signifikan (Afuah, 2014). Inovasi dapat terjadi di berbagai bidang, termasuk teknologi, bisnis, sains, perawatan kesehatan, dan banyak lagi. Inovasi penting karena beberapa alasan:

- a) Keunggulan Kompetitif: Inovasi memungkinkan bisnis untuk tetap kompetitif di pasar yang berkembang pesat. Dengan memperkenalkan produk atau layanan baru dan lebih baik, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar mereka.
- b) Pertumbuhan Ekonomi: Inovasi adalah pendorong pertumbuhan ekonomi yang signifikan. Hal ini menciptakan industri, lapangan kerja, dan peluang baru, yang berkontribusi terhadap kemakmuran suatu negara.
- c) Efisiensi: Inovasi sering kali menghasilkan proses dan pemanfaatan sumber daya yang lebih efisien, mengurangi biaya, dan meningkatkan produktivitas.
- d) Pemecahan Masalah: Inovasi dapat memberikan solusi terhadap permasalahan kompleks, baik di bidang kesehatan, lingkungan, atau bidang penting lainnya.
- e) Peningkatan Kualitas Hidup: Inovasi di bidang kesehatan, teknologi, dan bidang lainnya mempunyai dampak langsung terhadap peningkatan kualitas hidup individu dan masyarakat.
- f) Keberlanjutan: Inovasi memainkan peran penting dalam mengembangkan praktik dan teknologi berkelanjutan untuk mengatasi tantangan lingkungan.
- g) Kepuasan Pelanggan: Produk dan layanan baru dan inovatif dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan lebih baik, sehingga menghasilkan kepuasan dan loyalitas yang lebih tinggi.
- h) Adaptasi: Di dunia yang berubah dengan cepat, inovasi memungkinkan bisnis dan organisasi beradaptasi dengan tren, peraturan, dan preferensi pelanggan baru.
- i) Relevansi Global: Inovasi adalah kunci untuk tetap relevan di pasar global dan mengatasi tantangan global, seperti perubahan iklim dan kesehatan masyarakat.
- j) Kemajuan Pengetahuan: Inovasi mendorong kemajuan pengetahuan dan pemahaman di berbagai bidang, berkontribusi terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Inovasi sangat penting untuk tetap kompetitif, memecahkan masalah, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kualitas hidup. Hal ini merupakan kekuatan pendorong kemajuan dan kemakmuran, baik pada tingkat individu maupun masyarakat.

3. Pemikiran Desain

Pemikiran desain adalah metodologi pemecahan masalah dan inovasi yang berfokus pada pemahaman dan empati dengan pengguna akhir, menantang asumsi, dan menciptakan solusi inovatif untuk masalah yang kompleks. Ini adalah pendekatan yang berpusat pada manusia yang mendorong kreativitas dan kolaborasi untuk mengembangkan produk, layanan, atau proses yang lebih memenuhi kebutuhan dan keinginan orang-orang yang menjadi tujuan produk tersebut (Linke, 2017). Pemikiran desain penting untuk bisnis karena beberapa alasan sebagai berikut:

- a) Pendekatan Berpusat pada Pelanggan: Pemikiran desain menempatkan pelanggan sebagai pusat proses pemecahan masalah. Dengan memahami kebutuhan dan pengalaman mereka secara mendalam, bisnis dapat menciptakan solusi yang sesuai dengan target audiens mereka, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

- b) Inovasi: Ini mendorong bisnis untuk berpikir di luar kebiasaan dan mengeksplorasi ide-ide baru yang seringkali tidak konvensional. Pendekatan ini dapat menghasilkan terobosan inovasi yang memberikan keunggulan kompetitif di pasar.
- c) Kemampuan beradaptasi: Pemikiran desain fleksibel dan mudah beradaptasi. Hal ini sangat berguna ketika mengatasi masalah yang kompleks, ambigu, atau berubah dengan cepat. Bisnis dapat menyesuaikan strategi mereka berdasarkan masukan dan wawasan yang berkelanjutan.
- d) Kolaborasi: Proses ini menekankan kolaborasi lintas fungsi, menyatukan individu-individu dengan beragam keterampilan dan perspektif. Ini menumbuhkan pemecahan masalah yang kreatif dan sinergi tim.
- e) Solusi Berbasis Pengguna: Dengan melibatkan pengguna akhir di awal proses, bisnis dapat menciptakan produk dan layanan yang lebih selaras dengan harapan pengguna, sehingga menghasilkan tingkat adopsi yang lebih tinggi.
- f) Mitigasi Risiko: Pemikiran desain sering kali melibatkan pengujian dan pembuatan prototipe ide sebelum implementasi skala penuh. Hal ini mengurangi risiko menginvestasikan sumber daya pada solusi yang mungkin tidak berhasil.
- g) Efisiensi Biaya: Mengidentifikasi dan mengatasi potensi masalah pada tahap awal pengembangan lebih hemat biaya dibandingkan melakukan koreksi pada tahap selanjutnya.
- h) Keunggulan Kompetitif: Bisnis yang mengadopsi pemikiran desain dapat menonjol di pasar yang padat dengan menawarkan solusi inovatif dan berfokus pada pengguna yang mungkin diabaikan oleh pesaing.
- i) Pemecahan Masalah: Ini adalah pendekatan terstruktur untuk pemecahan masalah yang membantu bisnis mengatasi masalah kompleks secara sistematis dan menemukan solusi efektif.
- j) Perubahan Budaya: Menerapkan pemikiran desain dapat menyebabkan perubahan budaya dalam organisasi, mendorong pola pikir inovasi dan perbaikan berkelanjutan.

Pemikiran desain penting bagi bisnis karena memungkinkan mereka menciptakan solusi inovatif yang berpusat pada pelanggan, beradaptasi dengan perubahan kondisi, dan menumbuhkan budaya kolaborasi dan kreativitas. Ini adalah alat yang ampuh untuk mengatasi tantangan lingkungan bisnis modern.

III. METODE

Metode yang digunakan pada proyek pengabdian masyarakat 'Workshop Design Thinking dalam Meningkatkan Kreativitas dan Kewirausahaan UMKM di Kota Malang' terdiri dari beberapa langkah sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Tahap pertama sosialisasi sangat penting karena memberikan pengetahuan penting tentang keadaan peserta saat ini. Fase ini berfungsi sebagai orientasi terhadap program dan bertujuan untuk membangun pemahaman mendasar bagi peserta. Kegiatan sosialisasi selanjutnya difokuskan pada pengumpulan masukan, rekomendasi, dan konfirmasi konsistensi dengan sudut pandang peserta.

2. Lokakarya/Pelatihan

Workshop ini bertujuan untuk memberikan informasi segar dan baru kepada para peserta mengenai bidangnya masing-masing. Selain itu, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan setiap peserta yang hadir dengan konten yang relevan.

3. Diskusi Kelompok Terfokus

Tujuan utama melakukan diskusi kelompok terfokus adalah untuk mengumpulkan data kualitatif tentang pengalaman, sudut pandang, dan persepsi suatu kelompok mengenai topik tertentu. Data ini kemudian dapat digunakan untuk menganalisis permasalahan, kebutuhan, harapan, atau sikap kelompok terhadap topik yang dibahas.

Tujuan dari pengabdian masyarakat yang terkait dengan lokakarya tentang pemikiran desain untuk UKM adalah untuk menawarkan bantuan dan dukungan yang berharga kepada usaha kecil dan menengah (UKM) dalam komunitas tertentu. Tujuan inti meliputi:

- a) Meningkatkan Keterampilan: Membekali UKM dengan pengetahuan praktis dan kompetensi terkait pemikiran desain. Hal ini membekali mereka untuk meningkatkan kemampuan pemecahan masalah, menumbuhkan kreativitas, dan menciptakan solusi inventif terhadap tantangan bisnis.

- b) Menumbuhkan Kewirausahaan: Mempromosikan kewirausahaan dan inovasi di kalangan UKM, mendorong mereka untuk berpikir inovatif dan mengeksplorasi peluang baru di pasar masing-masing.
- c) Membangun Kapasitas: Memperkuat kapasitas keseluruhan UKM berbasis masyarakat, memberdayakan mereka untuk bersaing secara efektif dalam lanskap bisnis yang terus berkembang.
- d) Mengatasi Masalah: Membantu UKM dalam mengatasi tantangan dan rintangan spesifik yang mungkin mereka hadapi melalui penerapan metodologi pemikiran desain.
- e) Memajukan Pertumbuhan Komunitas: Berkontribusi pada pembangunan ekonomi komunitas lokal dengan memperkuat bisnis yang menjadi landasan ekonominya.
- f) Berbagi Pengetahuan: Menumbuhkan pertukaran pengetahuan dan kolaborasi antar UKM, memungkinkan mereka untuk belajar satu sama lain dan menyebarkan praktik terbaik.
- g) Pemberdayaan Bisnis: Memberikan UKM kemampuan untuk beradaptasi dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Tujuan pengabdian masyarakat yang terkait dengan lokakarya pemikiran desain untuk UKM ini adalah untuk memberikan pendidikan, pelatihan, dan dukungan kepada usaha kecil dan menengah lokal, sehingga memungkinkan mereka menjadi lebih inovatif, kompetitif, dan tangguh dalam menghadapi berbagai tantangan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Workshop Design Thinking dalam Meningkatkan Kreativitas dan Kewirausahaan UMKM Kota Malang berlangsung di Gedung Malang Creative Center pada tanggal 23 Septemberrd, 2023. Beragam pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) asal Kota Malang turut aktif mengikuti kegiatan ini, dengan total 40 UMKM yang bergerak di berbagai sektor antara lain makanan dan minuman, jasa, manufaktur industri rumah tangga, dan perdagangan eceran. Entitas UMKM ini memiliki tujuan yang sama, yaitu belajar bersama tentang inovasi dan pemikiran desain, menyadari pentingnya konsep-konsep tersebut dalam menghadapi perubahan dinamis di dunia usaha.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghadirkan narasumber ahli di bidang design thought yaitu Bapak Putu Adi Putra Arimbawa yang menjabat sebagai dosen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Kegiatan diawali dengan sambutan pembukaan oleh Kepala Bidang Pengabdian Masyarakat, Bapak Muhammad Dimar Alam. Ia menyampaikan harapan dan komitmennya yang kuat untuk berkontribusi terhadap pengembangan UMKM di kota Malang. Dengan potensinya yang besar, Kota Malang diharapkan dapat menjadi kontributor utama kemajuan perekonomian Indonesia melalui pilar-pilar UMKM yang tangguh dan mampu bertahan dalam dinamika dan ketidakpastian dunia usaha.



Gambar 1. Sambutan Pembukaan untuk Muhammad Dimar Alam

Selanjutnya Bapak Putu Adi Putra Arimbawa memaparkan materi tentang Design Thinking yang merupakan bidang keahlian utamanya. Pembicara memaparkan beberapa poin penting pemikiran Desain sebagai berikut:

- a) Pengantar Design Thinking: Mulailah dengan menjelaskan apa itu Design Thinking, asal usulnya, dan prinsip dasar di balik pendekatan pemecahan masalah ini.

- b) Fase-fase Design Thinking: Menjelaskan tahapan-tahapan atau fase-fase proses Design Thinking. Ini biasanya mencakup empati, definisi, ide, prototipe, dan pengujian.
- c) Pendekatan yang Berpusat pada Pengguna: Menekankan sifat Design Thinking yang berpusat pada pengguna, di mana kebutuhan dan perspektif pengguna akhir memainkan peran sentral.
- d) Empati dan Riset: Jelaskan pentingnya empati dalam memahami kebutuhan pengguna dan cara melakukan riset pengguna secara efektif.
- e) Pernyataan Masalah: Ajari peserta bagaimana mendefinisikan pernyataan masalah yang jelas dan dapat ditindaklanjuti. Ini adalah landasan bagi keseluruhan proses Design Thinking.
- f) Pembuatan Ide: Diskusikan teknik untuk bertukar pikiran dan menghasilkan ide, mendorong peserta untuk berpikir kreatif.
- g) Pembuatan Prototipe: Jelaskan cara membuat prototipe dengan ketelitian rendah untuk menguji ide dengan cepat dan hemat biaya.
- h) Pengujian dan Iterasi: Jelaskan proses pengujian prototipe, mengumpulkan umpan balik, dan mengulangi solusi.
- i) Contoh Kehidupan Nyata: Bagikan studi kasus atau contoh kehidupan nyata dari proyek Design Thinking yang sukses.
- j) Kegiatan Kelompok: Sertakan kegiatan langsung di mana peserta dapat menerapkan prinsip-prinsip Design Thinking pada masalah nyata.
- k) Alat dan Sumber Daya: Memberikan informasi tentang alat, perangkat lunak, dan sumber daya yang dapat membantu proses Design Thinking.
- l) Tantangan dan Kendala: Diskusikan tantangan dan kendala umum dalam Design Thinking dan cara mengatasinya.



Gambar 2. Pak Putu Adi Menjelaskan Proses Design Thinking

Lokakarya berjalan dengan lancar, dan hampir semua peserta memahami konten secara efektif dan berpartisipasi aktif sepanjang sesi. Para peserta berbagi wawasan yang diperoleh dari pengalaman bisnis langsung mereka, mengidentifikasi tantangan dan area yang perlu ditingkatkan. Aspek-aspek ini nantinya akan menjadi inti dari upaya inovatif mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Konsep-konsep yang dibuat dengan menggunakan beragam alat pemikiran desain diharapkan dapat diterapkan oleh para pelaku UKM untuk memajukan bisnis mereka dan berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan Indonesia.

Di akhir kegiatan dilakukan sesi tanya jawab dan pengumpulan feedback terhadap program pengabdian masyarakat ini. Pada sesi ini, peserta menunjukkan antusiasme yang besar dalam menyampaikan kesan, saran, dan masukannya kepada narasumber dan keseluruhan kegiatan pengabdian masyarakat. Mereka menyampaikan harapannya agar kegiatan serupa dapat diadakan secara berkala dan berkala karena mereka merasakan manfaat yang sangat besar setelah mengikuti kegiatan ini. Lebih lanjut, peserta juga menyampaikan keinginannya agar program pengabdian kepada masyarakat diperluas ke skala yang lebih besar, mencakup topik-topik penting lainnya yang dapat bermanfaat bagi UKM di kota Malang.



Gambar 3. Beberapa peserta Inisiatif Pengabdian Masyarakat

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat bertajuk “Workshop Design Thinking dalam Meningkatkan Kreativitas dan Kewirausahaan UMKM di Kota Malang” ini terselenggara dengan sangat efektif dan efisien. Tujuan dari inisiatif ini tercapai dengan sukses. Usaha kecil dan menengah (UKM) memperoleh pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip inti penerapan pendekatan pemikiran desain untuk mengatasi tantangan atau memperkenalkan inovasi sebagai respons terhadap lanskap bisnis digital yang terus berkembang. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan dan teknik untuk bertukar pikiran dan menghasilkan ide, tetapi juga memupuk kemampuan berpikir kreatif mereka. Selain itu, para peserta mengembangkan perspektif baru yang menyoroti esensi Design Thinking yang berpusat pada pengguna, menekankan peran penting dari kebutuhan dan sudut pandang pengguna akhir.

Pada kegiatan-kegiatan serupa yang akan datang, masukan dan keinginan yang disampaikan peserta mengenai diadakannya kegiatan serupa secara rutin akan dipertimbangkan secara matang karena besarnya manfaat yang mereka rasakan setelah mengikuti kegiatan ini. Selain itu, program pengabdian masyarakat juga akan diperluas cakupannya, mencakup mata pelajaran penting lainnya yang dapat memberikan nilai bagi UKM di kota Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, A. (2014). Business model innovation: concepts, analysis, and cases. Routledge: New York.
- Klewitz, J., & Hansen, E. G. (2014). Sustainability-oriented innovation of SMEs: a systematic review. *Journal of cleaner production*, 65, 57-75.
- Kusumaningrum, D. A., Pangestu, N. D., Yolanda, D., & Putra, R. H. O. (2021). Strategi Usaha Mikro Kecil (UMK) Kuliner Menghadapi Pandemi Covid-19 di Jakarta. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(6), 551.
- Linke, R. (2017) Design thinking, explained, MIT Sloan. <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/design-thinking-explained> (Diakses pada 4 Mei 2023).
- Praszkier, R., & Nowak, A. (2011). Social entrepreneurship: Theory and practice. Cambridge University Press.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan kreativitas pelaku usaha UMKM di era Covid-19. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(2), 87-94.
- Utama, I. D. (2019). Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 7(1), 1-10.