

# Design Thinking dalam Praktik Pemetaan dan Mitigasi Risiko Bisnis pada Warung Kopi di Kota Malang

<sup>1)</sup>Anita Wijayanti

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia  
Email: [anita@ub.ac.id](mailto:anita@ub.ac.id)

| INFORMASI ARTIKEL                                                                                                              | ABSTRACT                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kata Kunci:</b><br>Risiko Bisnis<br>Business Model Canvas<br>Warung Kopi<br>Design Thinking<br>Pengabdian Kepada Masyarakat | Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan sebagai wujud kepedulian terhadap perkembangan UMKM, khususnya kepada usaha warung kopi yang saat ini berkembang cukup pesat di kota Malang. Sebagai usaha dengan lingkup mikro, warung kopi tentunya menghadapi beragam risiko bisnis yang jarang terpetakan karena minimnya sumberdaya. Tujuan kegiatan PKM ini adalah untuk memetakan risiko bisnis yang dihadapi warung kopi beserta mitigasinya dengan pendekatan yang berfokus pada manusia ( <i>human-centered</i> ) yaitu <i>Design Thinking</i> . Pendekatan ini terdiri dari lima tahapan yang menekankan proses iteratif, kreatif, dan praktis dalam mendefinisikan masalah dan solusi yang relevan, yakni aktivitas <i>emphatize, define, ideate, prototype, and test</i> . PKM dilakukan di sepanjang bulan Juni hingga Agustus 2024 dengan melibatkan mahasiswa sebagai wujud latihan bersolusi atas masalah di masyarakat. PKM ini menghasilkan beberapa capaian, pertama, melalui sosialisasi <i>design thinking</i> , mahasiswa mendapatkan peningkatan literasi metode pemecahan masalah khususnya terkait risiko bisnis dan mitigasinya pada bisnis kopi di kota Malang. Kedua, melalui pelaksanaan aktivitas berpendekatan <i>design thinking</i> pada warung kopi, PKM ini berhasil menyusun model bisnis dalam bentuk <i>Business Model Canvas</i> dan memetakan risiko bisnis yang berhubungan dengan produk, pemasok, konsumen, dan pendanaan beserta mitigasinya. Implikasi dari kegiatan PKM ini mengisyaratkan masih perlu diperluasnya sosialisasi konsep berpikir dan bersolusi dengan <i>design thinking</i> di kalangan mahasiswa dan diperlukannya kewaspadaan melalui pemetaan risiko bagi pelaku bisnis kopi untuk menghindarkan bisnis dari kegagalan. |
| <b>Keywords:</b><br>Business Risk<br>Business Model Canvas<br>Coffee Shop<br>Design Thinking<br>Community Service              | <b>ABSTRAK</b><br><p>This Community Service (PKM) initiative is conducted in response to the rapid growth of coffee shops in Malang and to support the development of MSMEs. As small businesses, coffee shops often encounter risks that are seldom identified due to limited resources. This PKM project aims to identify and mitigate the business risks coffee shops face through a human-centred approach, specifically Design Thinking. This approach involves five stages—empathize, define, ideate, prototype, and test—that focus on an iterative, creative, and practical process to determine challenges and develop solutions. Running from June to August 2024, this PKM engages students in training to address societal issues. The project yielded several outcomes: first, by introducing design thinking, students enhanced their understanding of problem-solving methods, particularly with business risks and mitigation strategies for Malang's coffee industry. Second, by applying the design thinking process in coffee shops, the initiative helped develop a business model using the Business Model Canvas. It mapped out business risks related to products, suppliers, consumers, and funding, along with their mitigation strategies. The results of this PKM suggest a continued need to promote design thinking among students and raise awareness of risk mapping for coffee business owners to prevent business failure.</p> <p>This is an open access article under the <a href="#">CC-BY-SA</a> license.</p>                                                                                                                                                     |

## I. PENDAHULUAN

Sebagai salah satu kota di Provinsi Jawa Timur, Malang masih menghadapi berbagai kesenjangan ekonomi, sosial, dan lingkungan yang memerlukan perhatian dan partisipasi berbagai pelaku pembangunan untuk mengatasinya. Meskipun secara statistik angka kemiskinan pada tahun 2024 menunjukkan penurunan

dibandingkan tahun-tahun sebelumnya (persentase angka kemiskinan pada tahun 2024 sebesar 3,91% sedangkan pada tahun 2022 dan 2023 masing-masing sebesar 4,37% dan 4,26%), namun untuk mencapai masyarakat yang benar-benar sejahtera yang sejalan dengan upaya pemerintah dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB), beragam upaya masih perlu dilakukan termasuk oleh perguruan tinggi dan akademisi. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu sarana partisipasi yang diharapkan tepat sasaran dan berdampak, di mana pada tahun 2024, penulis menyasar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang usaha warung kopi sebagai subyek kegiatan PKM dengan tema Pemetaan dan Mitigasi Risiko Bisnis Berbasis *Design Thinking* pada Warung Kopi di Kota Malang

Bisnis kopi di Indonesia berkembang sejalan dengan meningkatnya produsen dan konsumen kopi di berbagai wilayah negara ini. Berita ekonomi menyebutkan produksi kopi pada tahun 2022/2023 mengalami peningkatan 2,4% menjadi 12 juta kantong yang didukung dengan tingkat konsumsi kopi di Indonesia dalam periode sepuluh tahun sejak tahun 2008 hingga 2019 mengalami pertumbuhan yang signifikan hingga 44% (<https://finance.de-tik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-7109471/mengintip-peluang-bisnis-kopi-di-indonesia-masih-bi-kin-cuan>, diakses 16 Agustus 2024). Maraknya bisnis kopi juga meningkat dengan adanya kesadaran para pengusahnya yang menangkap peluang pasar konsumen kuliner yang konsumtif dan antusias dengan kepraktisan serta ditunjang dengan budaya berkumpul sambil minum kopi mulai dari angkringan hingga gerai-gerai kopi di pusat perbelanjaan. Lebih lanjut, berdasarkan pengamatan pribadi penulis terhadap pertumbuhan bisnis kopi di Malang, saat ini beragam gerai kopi semarak menghiasi berbagai sudut kota Malang mulai dari *coffeshop* modern bermerk terkenal yang menjual beragam variasi suguhan kopi di pusat perbelanjaan atau lokasi tertentu di Malang hingga warung kopi berkonsep *booth* pinggir jalan yang menyewa *lapak* dengan konsep *take away* ataupun angkringan malam.

Kehadiran beragam ukuran bisnis kopi di satu sisi menawarkan solusi terserapnya tenaga kerja dan khususnya bagi pebisnis kopi berskala kecil yang masih mengadopsi organisasi internal sederhana menjadikan adaptasi usaha lebih mudah untuk dilakukan. Di sisi lain, mereka juga dihadapkan pada suatu kondisi yang jika tidak diantisipasi dan diprediksi sebelumnya dapat menyebabkan kerugian yang merupakan hambatan. Hambatan ini dapat disebabkan oleh beberapa aspek bisnis seperti pesaing, pelanggan, pemasok dan beberapa aspek lain tergantung pada skala usaha yang dijalankan. Dalam hal ini, risiko bisnis jelas mungkin saja dihadapi sebuah usaha yang merupakan hambatan tertundanya atau tidak tercapainya tujuan dari bisnis. Oleh karena itu setiap pelaku usaha harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang kekuatan, kelemahan, ancaman maupun peluang dari bisnis yang dijalkannya.

Bentuk dari risiko sangat beragam dan bisa jadi tanpa disadari terjadi tanpa ada antisipasi yang memadai. Pendeteksian sejak awal atas risiko yang mungkin dihadapi pebisnis sangat diperlukan agar pebisnis dapat mengelola dan meminimalisir dampak yang timbul terhadap kegiatan usaha. Pengelolaan risiko atau yang disebut juga sebagai manajemen risiko merupakan sebuah metode yang sistematis dan logis yang berguna untuk mengidentifikasi, monitor, menetapkan solusi, dan melaporkan risiko yang terjadi pada setiap aktivitas atau dalam sebuah proses (Sajjad et al., 2020). Manajemen risiko sendiri tidaklah hanya diperlukan dan diperuntukkan bagi bisnis berskala besar dan kompleks, usaha berskala mikro dan kecil justru sangat membutuhkan guna membantu dalam mengatasi permasalahan risiko besar yang mungkin berakibat fatal terhadap usaha. Lebih lanjut, pemetaan terhadap risiko bisnis warung kopi akan bermanfaat dalam mengidentifikasi mitigasi risiko yang relevan, di mana dalam kegiatan PKM ini pemetaan risiko dan mitigasinya yang dilakukan dengan menerapkan pendekatan *design thinking*. *Design thinking* merupakan pendekatan yang berfokus pada pemecahan masalah dan inovasi yang dititikberatkan pada kepentingan pengguna. Pendekatan ini menyiratkan cara berpikir selayaknya desainer yang memudahkan kita untuk mengembangkan suatu produk, jasa, proses, hingga menentukan suatu strategi (Brown, 2008). Penerapan *design thinking* dalam perencanaan dan evaluasi bisnis berskala kecil sudah umum dilakukan (Purnomo et al., 2016; Satria et al., 2023; Shiddiq et al., 2023) begitu pun dalam merancang bagaimana risiko dikelola pada suatu organisasi (Satria et al., 2023; Shiddiq et al., 2023; Sugiyarti & Hasani, 2023).

Dalam pelaksanaannya, kegiatan PKM ini melibatkan lima orang mahasiswa yang belum memiliki pengetahuan tentang *design thinking*. Oleh karena itu, sebelum kegiatan PKM dilakukan, sosialisasi *design thinking* diberikan kepada mahasiswa, di mana ini sejalan kegiatan PKM sebelumnya yang juga dilakukan oleh penulis (Wijayanti et al., 2022; Wijayanti & Novianti, 2024). Pemahaman *design thinking* dirasakan sangat diperlukan sedari dini mengingat metode ini menekankan pendekatan kepada manusia dan membantu membangun cara berpikir yang adaptif dan dapat digunakan mahasiswa ataupun pelaku bisnis dalam beragam

kepentingan (Mahardika et al., 2022; Pratita, 2023; Silvia et al., 2024; Wijayanti et al., 2022). Selanjutnya, kegiatan PKM ini ditujukan untuk memberikan kontribusi praktis kepada pelaku usaha kecil, khususnya warung kopi di Malang. Pemetaan risiko dan mitigasi pada bisnis kopi berskala kecil, dirasakan relevan dan diperlukan mengingat keterbatasan sumberdaya pada warung kopi dan ancaman kegagalan bisnis jika warung kopi lalai dalam membaca risiko yang dihadapinya.

## II. MASALAH

Kegiatan PKM ini melibatkan tiga pihak yaitu dosen, mahasiswa, dan warung kopi. Keterlibatan lima orang mahasiswa akhirnya menjadikan tujuan awal PKM ini berkembang ke sasaran kegiatan yang lebih luas. Kegiatan PKM ini ditujukan untuk untuk memetakan risiko bisnis dan bagaimana upaya mitigasinya pada warung kopi di Malang melalui pendekatan *design thinking*, di mana aktivitasnya lebih melibatkan dosen dan pihak warung kopi. Namun, karena adanya keterlibatan lima mahasiswa yang belum memahami konsep *design thinking* dan manajemen risiko, maka tujuan PKM ini akhirnya tidak hanya menyasar pada warung kopi, namun juga bertujuan mensosialisasikan kedua konsep tersebut kepada mahasiswa sebagai bekal berpraktik pada kegiatan PKM dan di masyarakat dalam jangka panjang. Menyadari pentingnya pemahaman dan penguasaan konsep *design thinking*, menjadikan berbagai pihak mengenalkan konsep ini dalam berbagai kegiatan PKM (Fitri et al., 2021; Mawarni et al., 2019; Putra and Utami, 2022; Soewardikoen et al., 2022; Tan et al., 2022; Tricahyono et al., 2023; Wijayanti et al., 2022).

Kegiatan PKM ini memberikan kontribusi langsung baik kepada mahasiswa sebagai media belajar khususnya risiko bisnis dan mitigasinya dengan pendekatan *design thinking* serta pengaplikasian langsung di masyarakat. Selanjutnya, kegiatan PKM juga berkontribusi pada dua warung kopi di kota Malang berupa terpetakannya risiko yang selama ini dihadapi. Selanjutnya, kegiatan ini juga sebagai ikhtiar dukungan program SDGs kepada pemerintah terutama pada pendidikan berkualitas (poin 5), pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi (poin 9), dan konsumsi dan produksi yang bertanggungjawab (poin 12).

## III. METODE

Pemetaan dan mitigasi risiko bisnis pada warung kopi, dalam kegiatan PKM ini dilakukan dengan mengaplikasikan pendekatan *design thinking* (Brown, 2008) yakni metode pemecahan masalah baik secara kognitif, kreatif, maupun praktis untuk menjawab kebutuhan manusia sebagai pengguna. Pemilihan pendekatan tersebut dikarenakan kemampuan *design thinking* memberikan pemahaman yang kompleks dan menyeluruh yang berujung pada penentuan solusi yang tidak lepas dari proses yang iteratif, di mana solusi yang diberikan bersifat dapat diuji dan terbuka untuk berubah jika kelak ditemukan solusi yang lebih baik. Lebih lanjut, pendekatan *design thinking* merupakan aktivitas pencarian solusi yang terdiri dari lima tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Brown, 2008).

Kegiatan PKM dilakukan di sepanjang bulan Juni hingga Agustus 2024 dengan beberapa tahapan kegiatan. Tabel 1 mendeskripsikan serangkaian tahapan kegiatan PKM, sebagai berikut:

Tabel 1. Skedul Tahapan Kegiatan PKM 2024

| No | Waktu Pelaksanaan | Tahapan Kegiatan                                                                         |
|----|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Juni 2024         | Sosialisasi <i>Design Thinking</i> , manajemen risiko dan kegiatan PKM kepada mahasiswa. |
| 2. | Juli 2024         | Pemilihan warung kopi dan peninjauan kerjasama                                           |
| 3. | Juli 2024         | Perencanaan kegiatan oleh mahasiswa                                                      |
| 4. | Agustus 2024      | Kegiatan PKM di lapangan dan diseminasi hasil secara internal                            |
| 5. | Agustus 2024      | Penyusunan laporan dan publikasi mahasiswa                                               |

Sosialisasi konsep *design thinking* dan Manajemen Risiko dilakukan dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada mahasiswa tentang bagaimana kedua konsep tersebut dioperasionalkan baik kepada warung kopi ataupun di dalam warung kopi. Sosialisasi ini dilakukan dengan menggunakan media *google meeting* (Gambar 1) antara dosen dan mahasiswa, di mana media ini digunakan karena beberapa mahasiswa berada di luar kota Malang. Materi sosialisasi mencakup tentang bagaimana *design thinking* dioperasionalkan dalam memahami masalah berdasarkan sudut pandang pengguna, dalam hal ini adalah warung kopi yang diwakili oleh pemilik, karyawan, dan konsumen. Lebih lanjut, sosialisasi ini juga menyasar pengetahuan dan

pemahaman mahasiswa tentang konsep manajemen risiko, di mana mahasiswa berkebutuhan untuk mendapatkan gambaran tentang risiko bisnis warung kopi dan menentukan mitigasinya.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan sosialisasi melalui Google Meeting

Lebih lanjut, kegiatan PKM ini dilakukan pada dua warung kopi berskala kecil, yaitu warung kopi “I like it” dan “Berdikari”, di mana keduanya beroperasi pada tempat, jam operasional, dan konsep warung yang berbeda sehingga memberikan luasan berpraktik lebih beragam kepada mahasiswa. Warung kopi “I like it” merupakan warung kopi berkonsep *take away*, di mana hal ini karena penjualan dan pelayanan produk dilakukan dalam *booth* dengan menyewa sepetak kecil di pinggir jalan. Operasionalisasi warung dilakukan oleh pemilik sekaligus karyawan dan beroperasi dari jam 11 siang hingga malam. Sementara, Warung kopi “Berdikari” didirikan dengan konsep *angkringan* yang beroperasi setelah maghrib hingga larut malam. Warung kopi ini berada di tengah kota dan menyewa lahan di sekitar museum kota Malang. Selain pemilik, warung kopi Berdikari dijalankan oleh beberapa karyawan sebagai barista.



Gambar 2. Dokumentasi lokasi PKM Warung Kopi “I like it” (kiri) dan Warung Kopi “Berdikari” (kanan)

Kegiatan PKM di lapangan ditujukan untuk menjalankan tahapan pertama pada *design thinking* yaitu *empathize* atau berempati yang dilakukan sebagai upaya memahami bagaimana bisnis dijalankan, risiko yang dihadapi, dan mitigasinya. Tahapan berempati dilakukan secara mendalam melalui aktivitas wawancara dan observasi, di mana wawancara dilakukan kepada pemilik, karyawan, dan konsumen. Agar mahasiswa mendapatkan gambaran dan pemahaman secara utuh terhadap risiko bisnis warung kopi, wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara sebagai acuan. Pedoman wawancara disusun bersama antara dosen dan mahasiswa. Selanjutnya, setelah mahasiswa melalui tahapan berempati, sisa tahapan dilakukan secara internal antar mahasiswa dan dosen untuk kemudian menghasilkan pemetaan risiko dan perumusan mitigasinya.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan berempati (*empathize*) dilakukan kepada pemilik, karyawan, dan konsumen warung kopi yang menghasilkan gambaran tentang risiko bisnis dan bagaimana para pemilik usaha berupaya untuk memitigasinya. Adapun risiko bisnis yang terpetakan berhubungan dengan bahan baku, pemasok, karyawan, pelanggan, keuangan, pesaing, dan peralatan seperti mesin ekspreso. Lebih lanjut, tahapan *define* dilakukan dengan memetakan secara lebih detil tentang risiko yang dihadapi kedua warung kopi. Meskipun tergolong bisnis berskala kecil, dalam menghadapi beragam risiko yang ada, kedua warung kopi telah memiliki strategi tersendiri dalam meminimalkan dampak dari risiko yang ada. Terbatasnya atau kurangnya persediaan biji kopi merupakan risiko yang biasa dihadapi warung kopi. Adapun strategi yang dilakukan adalah dengan langsung membeli dari petani kopi dan terhubung dengan para pelanggan dari petani yang sama sehingga jika persediaan biji kopi terbatas, warung kopi tidak sampai mengalami kekurangan atau kehabisan stok sama sekali. Selain persediaan biji kopi, warung kopi juga menghadapi risiko terkait harga, stok, dan kualitas dari bahan baku pendukung seperti susu, perasa, ataupun bahan non kopi lainnya, di mana pada praktiknya ketika terjadi pergantian merk maka produk warung kopi akan mengalami perubahan rasa sehingga mengakibatkan berkurangnya kepuasan konsumen. Selain berhubungan dengan bahan baku, karyawan yang cenderung berganti juga seringkali dihadapi warung kopi. Di sisi lain, warung kopi juga rentan terhadap kurangnya permodalan dan fasilitas pembayaran sebatas tunai menimbulkan keluhan tersendiri dari pelanggan.

Berdasarkan kegiatan berempati dan diskusi mendalam pada tahapan *define*, selain terpetakannya risiko dan mitigasinya, tahapan beride (*ideate*) merujuk pada beberapa kesimpulan sementara seperti, kedua pemilik warung kopi belum menyusun strategi bisnis secara jangka panjang. Oleh karena itu, salah satu output dari PKM ini adalah tersusunnya *Business Model Canvas* yang membantu pemilik warung kopi untuk melihat bisnisnya secara menyeluruh, mulai dari segmen pelanggan, proposisi nilai, pemangku kepentingan, hingga sumber biaya dan pendapatannya. Dengan begitu, mereka dapat mengidentifikasi hubungan antar elemen bisnis dengan lebih jelas, risiko di masing-masing elemen, dan membantu pemilik warung kopi dalam pengambilan keputusan yang lebih baik, karena semua informasi yang relevan telah terstruktur dengan baik. Gambar 3. memberikan gambaran *business model canvas* kedua warung kopi.



Gambar 3. *Business Model Canvas* Warung Kopi

Hasil beride (*ideate*) juga menyimpulkan perlunya penguatan keterikatan dengan pelanggan melalui pemberian informasi kepada pelanggan tentang manfaat dari minum kopi dan teh. Oleh karena itu, output PKM juga berupa pembuatan poster edukasi tentang manfaat kopi dan teh di warung kopi dengan tujuan meningkatkan pengetahuan pelanggan, mendorong penjualan, membuat pengalaman lebih menyenangkan, membedakan kedai dari kompetitor, serta mempromosikan gaya hidup sehat. Lebih lanjut, selain poster edukasi kopi dan teh, peningkatan keterikatan warung dengan pelanggan juga dilakukan dengan membuat konten promosi dan video warung kopi melalui media sosial seperti Instagram dan Tik Tok mahasiswa.

Secara umum, kedua warung kopi menghadapi risiko yang sama. Di satu sisi, lingkup usaha kecil menyebabkan terbatasnya kedua warung kopi dalam beberapa hal, namun di sisi lain, kecilnya ruang lingkup juga menyebabkan gesitnya bisnis untuk menyesuaikan dengan kondisi bisnis yang dihadapi. Tahapan *prototipe* dilalui dengan merancang luaran dari aktivitas beride dengan menggunakan aplikasi Canva, membuat list followers aktif pada aplikasi spreadsheet, dan memberikan meja kepada warung kopi dengan tujuan agar dapat meningkatkan visibilitas UMKM dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.

Indikator kesuksesan kegiatan PKM ini adalah terpetakannya risiko bisnis dan teridentifikasi mitigasi atas risiko yang berhubungan dengan produk, karyawan, pemasok, pelanggan, keuangan, dan peralatan warung

kopi. Melalui kegiatan PKM ini, mahasiswa sebagai bagian penting dalam penerapan *design thinking* telah berhasil dalam memahami dan melaksanakan serangkaian tahapan *design thinking* di lapangan dan menghasilkan luaran PKM dengan baik.

## V. KESIMPULAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan sebagai ikhtiar turut andil dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Kegiatan PKM ditujukan untuk memetakan dan memitigasi risiko bisnis yang dihadapi pelaku bisnis berskala kecil, dalam hal ini warung kopi di kota Malang. Program PKM ini menggunakan pendekatan Design Thinking dengan lima tahapan yaitu berempati (*empathize*), mendefinisikan (*define*), membentuk ide (*ideate*), membentuk prototip (*prototype*), dan menguji (*test*). Pelaksanaan pengabdian diikuti oleh dosen dan mahasiswa yang dilaksanakan bertahap selama tiga bulan. Beberapa capaian yang dihasilkan oleh tim pengabdian antara lain (1) sosialisasi dan pendampingan konsep *design thinking* dan manajemen risiko kepada mahasiswa, (2) pemetaan risiko bisnis warung kopi dan mitigasinya, (3) penyusunan *business model canvas*, poster edukasi produk, dan peralatan berupa meja kopi. Indikator kesuksesan kegiatan ini tercermin dari pemahaman mahasiswa yang terlibat pada kegiatan PKM dalam mempraktikkan pendekatan *design thinking* yang dibuktikan dengan diberikannya solusi berdasarkan pemetaan risiko bisnis warung kopi. Melalui program PKM ini diharapkan tetap terjalin komunikasi, kerjasama hingga pendampingan berkelanjutan antara UMKM dan Universitas Brawijaya, di mana ini juga sebagai wujud dukungan terhadap ketercapaiannya SDGs di kota Malang.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih dan penghargaan kepada Hadisti Alma Maheswari, Narendra Wangsa Kusumaputra, Anggito Triwardoyo, Nadiya Tasyrieka, dan Abednego Kadmiel Ronatio yang sudah kompak belajar dan berproses dengan baik pada kegiatan PKM ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, 1.
- Mahardika, I. G. A., Putra, I. G. J. E. P., & Tiawan, T. (2022). Solusi Inovatif dengan Pendekatan Design Thinking untuk Menggali Potensi Ekonomi Desa. *Jurnal Tekinkom (Teknik Informasi Dan Komputer)*, 5(2), 197–209.
- Pratita, B. W. A. (2023). Pelatihan membuat business plan bagi siswa-siswi kelas XII SMK Putra Indonesia Malang. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 109–113.
- Purnomo, D., Bunyamin, A., Nawawi, M., & Salsabila, F. (2016). Aplikasi Design Thinking Dalam Inisiasi Pembangunan Sentra Olahan Susu Cipageran (Studi Kasus Yourgood: Juara I WUB Terbaik Jawa Barat). *DEWAN EDITOR*, 25.
- Sajjad, M. B. A., Christian, J., Kalista, S. D., & Zidan, M. (2020). Analisis manajemen risiko bisnis. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 18(1), 51–61.
- Satria, D., Indraswari, C. R., Aurellia, P. J., & Sukriyah, S. (2023). Boardgame Business Craft dan Lego Serious Play dengan Pendekatan Design Thinking sebagai Media Mengajar bagi Guru Ekonomi SMA Se-Malang Raya. *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 548–553.
- Shiddiq, R., Harizy, M. N., & Nurmuslimah, S. (2023). Implementasi Design Thinking pada Perancangan Sistem Administrasi Manajemen Proyek CV Three Quarter Berbasis Website. *Prosiding Seminar Implementasi Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 2(1), 128–132.
- Silvia, V., Salsabila, A., Tasya, N., & Sari, D. I. (2024). Pengabdian KKN Bina Desa: Penerapan Design Thinking terhadap Usahawan UMKM di Gampong Lamsidaya. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 2(5), 51–60.
- Sugiyarti, N., & Hasani, R. A. (2023). Re-Design UI/UX IBS Core dengan Metode Design Thinking Untuk Meningkatkan Pengalaman Pengguna. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 4(1), 93–102.
- Wijayanti, A., & Novianti, N. (2024). Pendekatan Design Thinking pada Pengembangan UMKM di Desa Nelayan Jawa Timur. *Jurnal ABM Mengabdi*, 11(1), 39–45.
- Wijayanti, A., Widiastuty, E., & Febrianto, R. (2022). Mengetuk Hati, Membesarkan Jiwa: Pengenalan dan Penguatan Kewirausahaan Sosial Berpendekatan Design Thinking. *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 3(1), 131–142.