

PELATIHAN DESIGN THINKING PADA UMKM BINAAN KAMPUNG DIGITAL SENTRA KREASI

Didit Widiatmoko Soewardikoen¹⁾, Andreas Rio Adriyanto²⁾, Aria Ar Razi³⁾

^{1,2,3} Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom

email: ¹diditwidiatmoko@telkomuniversity.ac.id, ²andreasrio@telkomuniversity.ac.id,

³ariaarrazi@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are the mainstay for the Indonesian economy. The pandemic, which has lasted two years and is still ongoing, has an impact on MSME entrepreneurs. The problem that is often encountered is that entrepreneurs are not ready to face sudden changes in the situation. This problem occurs in MSME entrepreneurs in Pameungpeuk District and its surroundings who are members of the MSMEs assisted by the Sentra Kreasi Digital Village Community. Innovation and development of products or services that can respond to these changes is needed. Community service by holding appropriate training to answer this problem, namely design thinking training which is expected to be able to make entrepreneurs remap and develop their products through innovation. The results of this training are to add insight and improve the skills of MSME entrepreneurs in developing products or services in dealing with disruption situations.

Keywords: *Design Thinking, MSME Training, Product development*

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi andalan bagi perekonomian Indonesia. Pandemi yang sudah berlangsung dua tahun dan masih berlangsung ini berdampak pada para pengusaha UMKM. Masalah yang sering dihadapi adalah pengusaha tidak siap menghadapi perubahan situasi yang tiba-tiba. Permasalahan ini terjadi pada pengusaha UMKM di Kabupaten Pameungpeuk dan sekitarnya yang tergabung dalam UMKM binaan Komunitas Sentra Kreasi Digital Village. Inovasi dan pengembangan produk atau jasa yang dapat merespon perubahan tersebut sangat dibutuhkan. Pengabdian kepada masyarakat dengan mengadakan pelatihan yang tepat untuk menjawab permasalahan tersebut, yaitu pelatihan design thinking yang diharapkan mampu membuat para pengusaha memetakan kembali dan mengembangkan produknya melalui inovasi. Hasil dari pelatihan ini adalah untuk menambah wawasan dan meningkatkan keterampilan para pengusaha UMKM dalam mengembangkan produk atau jasa dalam menghadapi situasi disrupsi.

Kata kunci : *Design Thinking, Pelatihan UMKM, Pengembangan Produk*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi bagian penting penunjang perekonomian daerah dan kerap dianggap sebagai tulang punggung perekonomian di Indonesia, hal tersebut dikarenakan adanya anggapan bahwa UMKM dapat mengatasi krisis tanpa terpengaruh oleh terguncangnya kondisi ekonomi global, karena sifatnya yang

mudah menyesuaikan dengan berbagai situasi kondisi ekonomi yang terjadi. Tapi situasi pandemi yang mendunia termasuk di Indonesia, ternyata mempunyai akibat yang signifikan terhadap para pengusaha UMKM [1]. Sebagian pengusaha UMKM tampaknya tidak siap ketika harus berhadapan dengan situasi pandemi dan perubahan yang mendadak, padahal usaha yang dapat bertahan adalah usaha yang mampu beradaptasi dengan

perubahan kondisi lingkungan. Faktor lainnya yang dihadapi oleh pengusaha UMKM di samping situasi pandemi adalah dalam hal praktik itu sendiri, ternyata para pengusaha UMKM masih kerap diselimuti oleh berbagai masalah yang ada sebelumnya pada masing-masing pengusaha. Padahal dengan situasi yang terjadi saat ini, sudah sewajarnya para pengusaha UMKM harus memulai memetakan kembali permasalahan yang ada, mempertimbangkan alternatif untuk melakukan inovasi serta mulai melekat terhadap perubahan media digital jika mereka ingin mempertahankan keberlangsungan mereka.

Situasi dan kondisi demikian, tidak terkecuali dialami langsung oleh para pelaku UMKM di Kecamatan Pamengpeuk dan sekitarnya yang tergabung dalam UMKM binaan Komunitas Kampung Digital Sentra Kreasi. Sampai saat ini, setidaknya terdapat sekitar 47 jenis UMKM yang bergerak di bidang jasa, fesyen, kriya dan kuliner yang telah tergabung dalam UMKM Komunitas Kampung Digital Sentra Kreasi. Berdasarkan informasi awal yang diperoleh, pada UMKM ini ditekankan bahwa setiap pelaku usaha bisa memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi untuk mengembangkan usahanya seperti memanfaatkan sosial media, website maupun berjualan melalui *platform market place* yang sudah banyak beredar di Indonesia maupun luar negeri [2].. Pengimplementasian teknologi informasi oleh Komunitas Kampung Digital ini dapat diukur dengan beberapa parameter, di antaranya seperti ketersediaan jaringan infrastruktur telekomunikasi yang jangkauannya meliputi seluruh wilayah tempat komunitas berada, telah terdapatnya wadah komunitas yang bersifat *volunteer*, serta sudah dilakukannya beberapa pemanfaatan solusi dan layanan Teknologi Informasi pada wilayah komunitas UMKM ini berada. Meskipun beberapa parameter tersebut telah terpenuhi, namun kebutuhan untuk mengembangkan produk yang dihasilkan UMKM itu ternyata masih belum cukup. Produk yang dihasilkan oleh UMKM ini juga ternyata perlu untuk ditingkatkan standarisasinya dengan pembuatan izin usaha, perbaikan kemasan, pembuatan laporan keuangan yang benar serta

banyak hal lainnya. Melihat permasalahan yang memang terkait dengan faktor sumber daya manusia, maka perlu untuk menjadi perhatian akan suatu bantuan perancangan dan pelatihan yang dapat menjembatani permasalahan tersebut [3]. Permasalahan di UMKM ini juga banyak ditemukan di tempat-tempat lain di Indonesia. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dapat juga dijadikan salah satu solusi sebagai strategi pemasaran [4]. Penggunaan media sosial juga digunakan sebagai salah satu strategi pemasaran UMKM [5].

Berangkat dari fenomena tersebut, serta adanya pertimbangan mengenai besarnya potensi yang dimiliki para pengusaha yang tergabung pada Komunitas UMKM Kampung Digital Sentra Kreasi untuk keluar dari permasalahan yang sedang dihadapi, Maka dibentuklah sebuah tim Pengabdian Masyarakat untuk mengadakan “Pelatihan Workshop Design Thinking pada Pelaku UMKM Binaan Komunitas Kampung Digital Sentra Kreasi”. Metode *design thinking* yang dipilih sebagai unsur utama dalam pelatihan rasanya menjadi tepat untuk mengatasi permasalahan para pengusaha UMKM yang cenderung kompleks. Hal tersebut dikarenakan metode ini juga dikenal sebagai suatu proses berpikir komprehensif yang memiliki konsentrasi untuk menciptakan solusi menuju suatu inovasi berkelanjutan berdasarkan kebutuhan penggunanya, dengan diawali oleh proses empati terhadap suatu kebutuhan tertentu, dan sifatnya yang *human centered* (berpusat pada manusia) [6]. Pemberian edukasi kepada para pengusaha UMKM melalui metode *design thinking* ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM dalam memetakan kembali permasalahan mendasar yang sedang mereka hadapi, lalu selanjutnya diharapkan dapat menghasilkan beragam inovasi untuk produk mereka masing-masing.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Situasi pandemi yang mendunia termasuk di Indonesia, ternyata menghasilkan dampak langsung yang signifikan terhadap keberlangsungan para pengusaha UMKM.

Sebagian pengusaha UMKM tampak tidak siap ketika harus berhadapan dengan situasi pandemi dan perubahan yang mendadak, padahal usaha yang dapat bertahan adalah usaha yang mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi lingkungan. Adanya faktor lain yang dihadapi oleh pengusaha UMKM di samping situasi pandemi adalah dalam hal praktik itu sendiri, ternyata para pengusaha UMKM masih kerap diselimuti oleh berbagai masalah yang ada sebelumnya pada masing-masing pengusaha.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari calon mitra sebelumnya yaitu UMKM yang tergabung dalam UMKM Komunitas Kampung Digital Sentra Kreasi, permasalahan tersebut adalah perlunya peningkatan standarisasinya produk/jasa yang dihasilkan oleh pelaku UMKM, selama ini produk yang dihasilkan masih belum mampu memenuhi kebutuhan calon konsumen di tengah kondisi yang telah berubah, perlunya inovasi produk yang mampu menjawab kebutuhan konsumen. Berangkat dari informasi tersebut, maka diperlukan kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk kegiatan *workshop design thinking* untuk mengimplementasikan metode *design thinking* sehingga para pengusaha UMKM dapat memetakan kembali permasalahan utama yang dihadapi oleh masing-masing pengusaha, lalu selanjutnya diharapkan dapat menghasilkan beragam inovasi terhadap produk yang mampu menjawab kebutuhan konsumen mereka masing-masing.

3. METODOLOGI PELAKSANAAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan melakukan observasi ke lokasi dan wawancara kepada mitra untuk mengidentifikasi permasalahan dan perkiraan solusi [7]. Kemudian melakukan konfirmasi setelah mempresentasikan maksud, tujuan dan rencana kegiatan pelatihan. Setelah mendapatkan konfirmasi pada tahap selanjutnya adalah menyusun materi serta bahan yang akan disampaikan kepada para pengusaha UMKM. Kemudian, pada waktu yang disepakati, dilakukan pelatihan dengan penyampaian materi dan praktik secara langsung atau tatap muka. Setelah pelaksanaan

pelatihan tersebut selesai dilakukan, tahapan terakhir adalah diadakan evaluasi dan menyusun laporan kegiatan.

3.1 Pemberian Materi *Design Thinking* untuk UMKM

Pemberian materi ini ditujukan kepada para pelaku UMKM Binaan Kampung Digital Sentra Kreasi agar memiliki fondasi dan pemahaman mengenai keilmuan yang bisa diterapkan pada produk/jasa yang mereka hasilkan metode yang dilakukan adalah Penyuluhan/pelatihan secara tatap muka.

3.2. Praktik Menerapkan Metode *Design Thinking*.

Pemeragaan praktik untuk menerapkan metode *Design Thinking* pada beberapa contoh produk/jasa yang dihasilkan UMKM akan membuat para pelaku UMKM Binaan Kampung Digital Sentra Kreasi memahami cara mempraktikkan keilmuan pada contoh kasus yang nyata. Metode yang dilakukan adalah pelatihan proses *Emphatize* dan *Define* secara tatap muka.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas Kampung Digital Sentra Kreasi Kabupaten Bandung pada awalnya merupakan sebuah tempat/ komunitas di mana para pelaku UMKM dari Kecamatan Pameungpeuk dan sekitarnya (Baleendah, Arjasari dan Banjaran) berkumpul. Sampai saat ini, setidaknya terdapat sekitar 47 jenis UMKM yang bergerak di bidang jasa, fesyen, kriya dan kuliner yang telah tergabung dalam UMKM

Komunitas Kampung Digital Sentra Kreasi. Di sini ditekankan bahwa setiap pelaku usaha bisa memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi untuk mengembangkan usahanya seperti melalui Sosial Media, Website maupun *Market Place* yang sudah banyak beredar di Indonesia maupun di luar negeri. Pengimplementasian teknologi informasi oleh Komunitas Kampung Digital ini dapat diukur dengan beberapa parameter, di antaranya adalah 1) Ketersediaan jaringan infrastruktur telekomunikasi yang jangkauannya meliputi wilayah Kampung Digital Sentra Kreasi. 2) Telah terdapatnya wadah komunitas yang

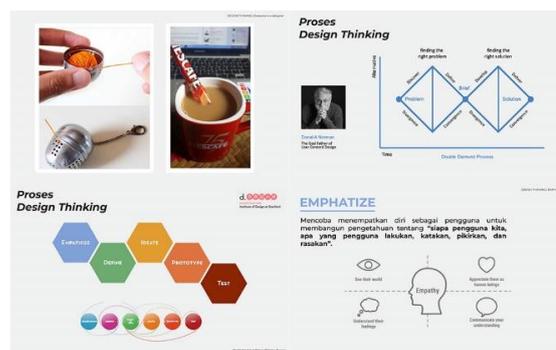
bersifat *volunteer*. 3) Sudah dilakukannya beberapa pemanfaatan solusi dan layanan Teknologi Informasi pada wilayah komunitas UMKM ini berada. Meskipun beberapa parameter tersebut telah terpenuhi, namun kebutuhan untuk mengembangkan produk yang dihasilkan UMKM itu ternyata masih belum cukup.



Gambar 1. Aktivitas penyampaian materi

Secara keseluruhan kegiatan dibagi menjadi dua bagian besar yaitu pemberian materi *design thinking* untuk memperkuat konsep teori dan implementasi tahapan secara langsung pada para peserta dan tahapan kedua yaitu pemeragaan praktik metode *design thinking*. Materi *design thinking* diawali dengan memberi wawasan secara umum tentang desain secara umum dan metodologi desain khusus *design thinking* yang menjadi tools untuk menemukan permasalahan.

Peserta umumnya belum memahami metode *design thinking* ini sebelum mengikuti pelatihan. Sehingga pendekatan pelatihan dilakukan secara umum dari kacamata awam, baru kemudian masuk ke bagian detail dari konsep *design thinking* itu sendiri. Secara umum metode *design thinking* yang dijelaskan untuk pelatihan ini adalah tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*.



Gambar 2. Materi Design Thinking
Sumber: Brown, T., & Katz, B. (2011).

Partisipasi Mitra

Bentuk partisipasi mitra pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah:

1. Mitra aktif berpartisipasi dalam membantu pemetaan bersama
2. Mitra aktif berpartisipasi dalam membantu pengumpulan dokumen
3. Mitra aktif dalam menyiapkan peserta
4. Mitra aktif bersama-sama merancang program kegiatan dan pengelolaan
5. Mitra aktif dalam pelatihan dan penggunaan materi *design thinking* namun dijelaskan juga pendekatan *design thinking* lainnya untuk memperluas wawasan peserta.

Implementasi Pembelajaran

Dalam pemberian materi *workshop design thinking*, peserta mendapatkan keseluruhan materi *design thinking*. Dalam implementasi praktik, peserta diharapkan dapat membawa salah satu produk yang mereka hasilkan untuk didiskusikan bersama. Dalam tahapan *design thinking*, tahapan yang dipraktikkan pada tahap *empathize* dengan menggunakan *empathy map* untuk melihat apa yang menjadi kebutuhan target peserta. Selanjutnya dilakukan tahap *define* untuk mendefinisikan permasalahan. Hal ini yang menjadi tujuan dari diselenggarakannya *workshop* ini untuk melihat permasalahan yang ada pada peserta UMKM.



Gambar 3. Implementasi Pembelajaran

Untuk memperdalam pemahaman akan metode *design thinking*, *workshop* dilanjutkan dengan implementasi pada salah satu produk peserta UMKM yaitu produk kuliner Brownies Kusmi. Produk ini dijadikan bahan bagi peserta untuk memahami permasalahan secara langsung. Untuk tiap produk yang berbeda akan menghasilkan pendekatan penemuan permasalahan yang berbeda dan hal ini yang nantinya akan menjadi keberlanjutan pada program pengabdian masyarakat selanjutnya. Tahapan *design thinking* yang diimplementasikan dalam praktik adalah tahapan *empathize* dan *define*.

Tahapan ini bertujuan untuk mengetahui apa yang sebenarnya yang menjadi permasalahan utama dalam produk kuliner tersebut. Seharusnya tahapan *empathize* ini dilakukan melalui kacamata *user* atau pengguna yaitu *target market* produk kuliner tadi. Namun agar seluruh peserta mendapatkan pandangan yang sama terkait produk-produk yang mereka hasilkan, proses ini dilakukan bersama dengan peserta. Peserta yang hadir diasosiasikan sebagai *target market* produk kuliner tersebut.

Tahap *empathize* dilakukan dengan menggunakan *empathy map* berupa diagram empat kuadran yang berisi apa yang *user* katakan (*says*), pikirkan (*thinks*), rasakan (*feels*) dan lakukan (*does*). Para peserta menggunakan sticky notes untuk menuliskan apa yang mereka katakan, pikirkan, rasakan dan lakukan terkait produk kuliner yang mereka coba. Sticky notes tersebut kemudian ditempelkan pada kuadrannya masing-masing. Setelah semua peserta menuliskan pada papan tulis, Langkah berikutnya adalah mengelompokkan sesuai dengan kesamaan

tema. Dari aktivitas tersebut didapatkan permasalahan utama pada produk kuliner yang diuji. Permasalahannya bukan soal rasa dari produknya melainkan kemasan yang membungkusnya. Rata-rata peserta menginginkan yang menarik dan praktis. Dari aktivitas ini dilakukan tahap *define* untuk mendefinisikan permasalahan pada produk kuliner yang diuji coba. Permasalahannya adalah kemasan produk masih belum menarik dan kurang praktis untuk dibawa -bawa.

Umpan Balik Hasil Pengabdian Masyarakat

Secara umum peserta puas dengan hasil pelatihan *design thinking* ini. Materi yang mudah dicerna dan langsung dipraktikkan pada tahapan *design thinking* memudahkan peserta untuk semakin paham akan metode *design thinking*. Keberlanjutan pengabdian masyarakat ini diharapkan oleh para peserta terutama untuk berbagai jenis produk UMKM yang tentunya akan memberikan pemahaman akan permasalahan yang beda pula. Kelanjutan tahapan *design thinking* selanjutnya seperti pada tahapan *ideation*, *prototype* dan *testing* akan semakin membuka pemahaman akan metode ini ketika diterapkan langsung pada produk yang UMKM hasilkan. Durasi pelatihan yang lebih panjang sepertinya juga menjadi saran dari peserta supaya dapat memperoleh pemahaman yang lebih luas.

Tabel 1. Evaluasi oleh peserta

No	Deskripsi	STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
1	Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta				14%	86%
2	Materi yang disajikan sangat bermanfaat bagi masyarakat				29%	71%
2	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup		29%	14%	14%	43%
3	Materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami		14%			86%
4	Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan					100%
5	Masyarakat berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang				14%	86%

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

Potensi Keberlanjutan Program dan Roadmap

Potensi keberlanjutan dari *workshop design thinking* ini dapat diperluas dengan memberikan variasi produk yang dihasilkan, melibatkan *target market* dari produk-produk dan melanjutkan pada tahap *design thinking* berikutnya yaitu *ideate*, *prototyping* dan *testing*. Masing-masing variasi akan memberikan penyelesaian masalah yang berbeda untuk tahapan *design thinking*. Secara spesifik potensi keberlanjutan dan *roadmap* yang akan dilaksanakan selanjutnya bisa dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 2. Keberlanjutan & Roadmap Program Pengabdian Masyarakat

No	Rencana Kegiatan Program	2022 (2)	2023 (1)	2023 (2)	2024 (1)	2024 (2)
1	Variasi jenis produk yang dihasilkan UMKM pada bidang kuliner, fashion dan craft.	√	√	√		
2	Melibatkan target market dari produk/jasa yang dihasilkan UMKM		√	√	√	
3	Melakukan tahapan <i>Ideate</i> untuk mengembangkan kemungkinan ide dan inovasi		√	√	√	
4	Melakukan <i>prototyping</i> serta tahapan <i>testing</i> untuk salah satu variasi jenis produk yang dihasilkan UMKM			√	√	√

5. KESIMPULAN

Permasalahan yang dialami oleh UMKM Kampung Digital Sentra Kreasi adalah inovasi baik dalam pengembangan produk maupun pemasaran. Pelatihan *design thinking* dengan tahapan *emphatize* membuka wawasan peserta bagaimana memahami selera *user* atau konsumen. Dengan melihat kondisi luar yaitu bagaimana selera konsumen dan persaingan di antara produsen barang yang sama serta memperhatikan kondisi dalam yaitu mempelajari kekurangan produk saat ini, dengan pelatihan *design thinking* tahapan *define*, memberikan pemahaman tentang akar permasalahan yang dihadapi dan tahap *ideate*, bagaimana membuat solusi dari permasalahan secara inovatif. Pelatihan ini sangat dibutuhkan oleh UMKM, terbukti dari hampir semua peserta menyatakan sangat setuju.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

1. Bapak Ahmad Baehaqi, Ketua Komunitas Kampung Digital Sentra Kreasi
2. Bapak Nico Ahmadita - Pengelola Eduplex CoWorking Space.

7. REFERENSI

- [1] <https://www.republika.co.id/berita/r051cu328/menkop-umkm-tulang-punggung-pemulihan-ekonomi-nasional>
- [2] Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*.
<https://doi.org/doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- [3] Koesoemadinata, dkk., (2021). Perancangan Dan Pelatihan Pengelolaan Website Pondok Pesantren Assubkiyah Kabupaten Bandung, *Jurnal Aptekmas Volume 4, Nomor 1-2021*
<https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/31697>
- [4] Krisdiawan, R.A., dkk., (2022). Pemanfaatan TIK Sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM Desa Sembawa Di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Aptekmas Volume 5, Nomor 2-2022*
<https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/4335/2009>
- [5] Sofiyana, M.S., dkk., (2021). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Di Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar, *Jurnal Aptekmas Volume 4, Nomor 4-2021*
<https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/3556/1732>
- [6] Brown, T., & Katz, B. (2011). Change by design. *Journal of Product Innovation Management*.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2011.00806.x>
- [7] Soewardikoen, D.W. (2021) Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual, Yogyakarta, PT Kanisius.

