

Peningkatan Literasi Kewirausahaan Berbasis Design Thinking Melalui Pelatihan Perancangan Konsep Desain Produk Bagi Peserta Kelurahan Kembangan Jakarta Barat

Ahmad¹, Rafeal Jovan P.¹, Angelina¹, Cantika Dian F²

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara

²Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara

Korespondensi: ahmad@ft.untar.ac.id

Informasi Artikel

Riwayat artikel:

Diterima Mar 12th, 2026

Direvisi May 20th, 2026

Diterima Jun 26th, 2026

Kata kunci:

Design Thinking; Kewirausahaan; Konsep Desain Produk; Pelatihan Masyarakat; Pengabdian Kepada Masyarakat

ABSTRACT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi kewirausahaan dan pemahaman awal peserta mengenai penemuan ide usaha serta perancangan konsep desain produk berbasis kebutuhan konsumen. Permasalahan mitra mencakup hambatan persepsi dalam memulai usaha, keterbatasan kemampuan membaca peluang, serta belum terstrukturinya proses menghubungkan kebutuhan konsumen dengan ide produk. Kegiatan dilaksanakan secara luring pada 7 April 2026 di Kantor Kelurahan Kembangan, Jakarta Barat, dan diikuti oleh 34 peserta. Metode pelaksanaan meliputi persiapan, penyampaian materi, diskusi interaktif, studi kasus, tanya jawab, serta evaluasi menggunakan penilaian diri sebelum dan sesudah pelatihan dan kuesioner kepuasan skala 1-4. Materi mencakup potensi diri, motivasi kewirausahaan, peluang dan risiko usaha, kebutuhan konsumen, design thinking, dan dasar konsep desain produk. Rata-rata penilaian diri meningkat dari 1,98 menjadi 3,42, dengan selisih 1,44 poin atau perubahan relatif 72,5%. Kepuasan peserta mencapai rata-rata 3,73 dari skala 4. Manfaat pelatihan memperoleh skor tertinggi sebesar 3,88, sedangkan pemahaman konsep desain produk memperoleh skor terendah sebesar 3,56. Hasil menunjukkan bahwa pelatihan memberikan pengalaman belajar yang relevan dan membantu peserta menstrukturkan proses dari identifikasi kebutuhan hingga perumusan konsep produk. Karena evaluasi menggunakan penilaian diri, hasil tersebut menunjukkan perubahan persepsi pemahaman dan belum dapat diperlakukan sebagai pengukuran objektif kompetensi. Pelatihan lanjutan disarankan untuk memuat praktik penyusunan konsep, validasi pengguna, dan pengembangan prototipe sederhana.



© 2026. Diterbitkan oleh PT. SOLUTIVA PUSTAKA RAYA. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Kewirausahaan berperan penting dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat. Pada lingkungan perkotaan, peluang usaha dapat muncul dari kebutuhan sehari-hari, perubahan gaya hidup, keterbatasan produk yang tersedia, dan keluhan konsumen terhadap barang atau layanan tertentu. Namun, peluang tersebut tidak selalu mudah dikenali. Calon pelaku usaha sering beranggapan bahwa usaha hanya dapat dimulai apabila memiliki modal besar, bakat khusus, pengalaman panjang, atau jaringan pasar yang luas. Cara pandang tersebut dapat menjadi hambatan awal yang mengurangi keberanian untuk mencoba.

Permasalahan serupa ditemukan pada masyarakat Kelurahan Kembangan, Jakarta Barat. Hambatan yang muncul antara lain merasa terlalu tua atau terlalu muda, tidak memiliki bakat, tidak mempunyai modal, dan belum dapat menentukan ide usaha yang layak dikembangkan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya membutuhkan motivasi, tetapi juga memerlukan kerangka berpikir praktis untuk mengubah masalah atau kebutuhan konsumen menjadi peluang usaha.

Design thinking merupakan pendekatan pemecahan masalah yang berorientasi pada manusia dan menekankan pemahaman kebutuhan pengguna, eksplorasi alternatif, pembuatan konsep, serta pengujian solusi (Brown, 2008; Liedtka, 2015). Dalam konteks kewirausahaan, pendekatan ini membantu peserta memahami bahwa ide usaha tidak harus diawali dari produk yang sudah jadi. Ide dapat dibangun melalui pengamatan masalah, identifikasi pengguna, penyusunan alternatif solusi, dan pemilihan konsep yang paling relevan.

Pelatihan konsep desain produk memperkuat proses tersebut karena produk bernilai tidak hanya ditentukan oleh tampilan, tetapi juga oleh fungsi, manfaat, kemudahan penggunaan, kesesuaian dengan kebutuhan, dan potensi ekonominya. Pendidikan kewirausahaan berbasis praktik juga dinilai lebih efektif ketika peserta terlibat dalam proses mencoba, berdiskusi, dan menghubungkan materi dengan konteks nyata (Neck et al., 2014). Kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan technopreneurship, leadership, dan desain produk dapat meningkatkan wawasan serta motivasi peserta (Ahmad et al., 2021a; Ahmad et al., 2021b).

Berdasarkan kebutuhan tersebut, kegiatan ini menggabungkan materi kewirausahaan, pengenalan potensi diri, peluang dan risiko usaha, kebutuhan konsumen, design thinking, serta dasar perancangan konsep produk. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan pemahaman peserta mengenai cara membaca peluang, menangkap kebutuhan konsumen, membangkitkan ide usaha, dan menyusun konsep produk awal. Artikel ini juga menyajikan analisis evaluasi kegiatan secara kuantitatif dan deskriptif agar capaian, keterbatasan, serta kebutuhan tindak lanjut dapat dijelaskan secara lebih sistematis.

METODE

Desain kegiatan

Kegiatan menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif. Pendekatan edukatif diterapkan melalui penyampaian materi dasar mengenai kewirausahaan dan desain produk, sedangkan pendekatan partisipatif dilakukan melalui diskusi, studi kasus, tanya jawab, dan refleksi. Pelatihan diselenggarakan dalam bentuk seminar interaktif sehingga narasumber dapat menyampaikan konsep sekaligus mengaitkannya dengan pengalaman peserta.

Tempat, waktu, dan peserta

Kegiatan dilaksanakan secara luring pada 7 April 2026 di Kantor Kelurahan Kembangan, Jakarta Barat. Peserta berjumlah 34 orang yang berdomisili di wilayah Kelurahan Kembangan. Ruang kegiatan dilengkapi perangkat presentasi berupa LCD dan infocus. Tim pelaksana terdiri atas dosen sebagai narasumber dan mahasiswa pendamping yang membantu koordinasi, dokumentasi, distribusi instrumen, dan fasilitasi diskusi.

Tahapan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas enam tahap. Tahap pertama adalah koordinasi dengan mitra dan identifikasi kebutuhan. Tahap kedua adalah penyusunan materi dan instrumen evaluasi. Tahap ketiga adalah pembukaan serta orientasi kegiatan. Tahap keempat adalah penyampaian materi kewirausahaan, kebutuhan konsumen, design thinking, dan konsep desain produk. Tahap kelima adalah diskusi, studi kasus, dan tanya jawab. Tahap keenam adalah pengisian kuesioner, refleksi, dan evaluasi kegiatan. Urutan tersebut dirancang agar peserta memperoleh fondasi motivasi terlebih dahulu, kemudian memahami peluang, pengguna, proses desain, dan pengembangan ide produk.

Materi pelatihan

Materi pelatihan dikelompokkan menjadi empat bagian. Bagian pertama membahas potensi diri, motivasi, keberanian memulai usaha, dan nilai-nilai dasar wirausaha. Bagian kedua membahas peluang dan risiko usaha serta pentingnya memahami pasar. Bagian ketiga memperkenalkan design thinking sebagai proses memahami pengguna, merumuskan masalah, menghasilkan ide, menyusun konsep, dan menerima masukan. Bagian keempat membahas dasar konsep desain produk, termasuk fungsi, bentuk, manfaat, kemudahan penggunaan, keunikan, bahan, dan nilai ekonomi.

Instrumen dan teknik analisis

Evaluasi menggunakan dua instrumen. Instrumen pertama adalah penilaian diri sebelum dan sesudah pelatihan yang terdiri atas delapan indikator pemahaman. Instrumen kedua adalah kuesioner kepuasan berisi sepuluh pernyataan dengan skala 1-4, yaitu 1 = sangat kurang, 2 = kurang, 3 = baik, dan 4 = sangat baik. Seluruh instrumen diisi oleh 34 peserta. Nilai rata-rata dihitung dengan membagi jumlah skor dengan jumlah responden. Perubahan relatif dihitung menggunakan rumus $((\text{skor sesudah} - \text{skor sebelum}) / \text{skor sebelum}) \times 100\%$. Hasil dianalisis secara deskriptif melalui nilai rata-rata, selisih, distribusi jawaban, dan identifikasi indikator tertinggi serta terendah.

Interpretasi kepuasan menggunakan kategori operasional: 1,00-1,75 sangat kurang; 1,76-2,50 kurang; 2,51-3,25 baik; dan 3,26-4,00 sangat baik. Penilaian diri tidak digunakan sebagai bukti objektif penguasaan kompetensi, melainkan sebagai indikator perubahan persepsi pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan dan kegiatan pelatihan

Evaluasi menggunakan dua instrumen. Instrumen pertama adalah penilaian diri sebelum dan sesudah pelatihan yang terdiri atas delapan indikator pemahaman. Instrumen kedua adalah kuesioner kepuasan berisi sepuluh pernyataan dengan skala 1-4, yaitu 1 = sangat kurang, 2 = kurang, 3 = baik, dan 4 = sangat baik. Seluruh instrumen diisi oleh 34 peserta. Nilai rata-rata dihitung dengan membagi jumlah skor dengan jumlah responden. Perubahan relatif dihitung menggunakan rumus $((\text{skor sesudah} - \text{skor sebelum}) / \text{skor sebelum}) \times 100\%$. Hasil dianalisis secara deskriptif melalui nilai rata-rata, selisih, distribusi jawaban, dan identifikasi indikator tertinggi serta terendah.

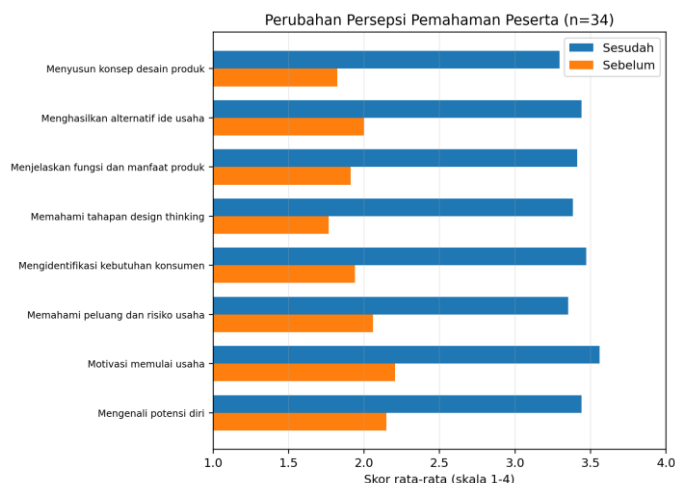
Interpretasi kepuasan menggunakan kategori operasional: 1,00-1,75 sangat kurang; 1,76-2,50 kurang; 2,51-3,25 baik; dan 3,26-4,00 sangat baik. Penilaian diri tidak digunakan sebagai bukti objektif penguasaan kompetensi, melainkan sebagai indikator perubahan persepsi pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan

Perubahan persepsi pemahaman peserta

Tabel 1. Perubahan penilaian diri peserta sebelum dan sesudah pelatihan (n = 34)

No.	Indikator	Sebelum	Sesudah	Perubahan
1	Mengenali potensi diri	2,15	3,44	1,29
2	Motivasi memulai usaha	2,21	3,56	1,35
3	Memahami peluang dan risiko usaha	2,06	3,35	1,29
4	Mengidentifikasi kebutuhan konsumen	1,94	3,47	1,53
5	Memahami tahapan design thinking	1,76	3,38	1,62
6	Menjelaskan fungsi dan manfaat produk	1,91	3,41	1,50
7	Menghasilkan alternatif ide usaha	2,00	3,44	1,44
8	Menyusun konsep desain produk	1,82	3,29	1,47
Rata-rata		1,98	3,42	1,44

Rata-rata penilaian diri meningkat dari 1,98 menjadi 3,42, dengan selisih 1,44 poin atau perubahan relatif sebesar 72,5%. Seluruh indikator mengalami peningkatan. Skor sesudah tertinggi terdapat pada motivasi memulai usaha (3,56), sedangkan skor sesudah terendah terdapat pada kemampuan menyusun konsep desain produk (3,29). Temuan ini menunjukkan bahwa peserta lebih cepat memperoleh dorongan dan kerangka awal untuk memulai usaha dibandingkan kemampuan teknis dalam merumuskan konsep produk secara rinci.



Gambar 1. Perubahan persepsi pemahaman peserta

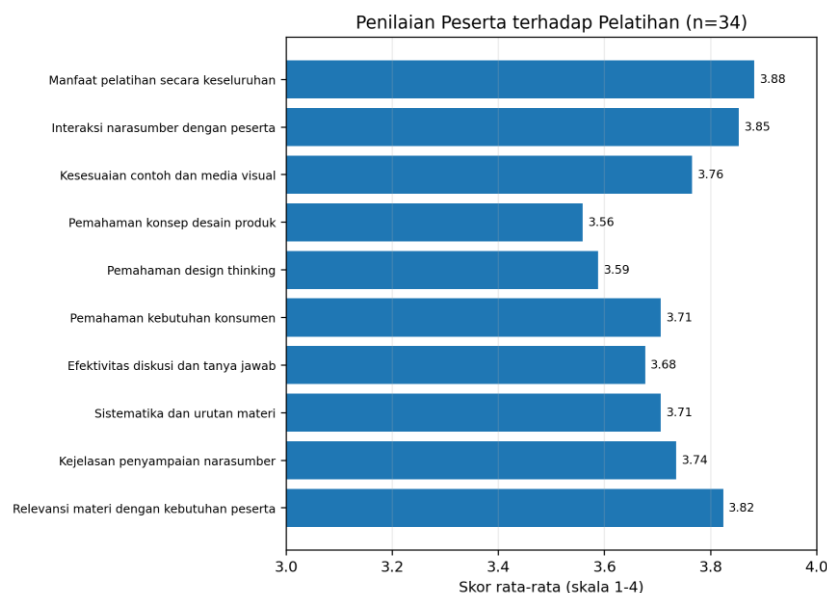
Peningkatan terbesar terdapat pada pemahaman tahapan design thinking dan identifikasi kebutuhan konsumen. Kedua materi tersebut relatif baru bagi sebagian peserta, sehingga contoh kasus dan penjelasan visual memberikan tambahan pemahaman yang cukup besar. Meskipun demikian, karena instrumen berupa penilaian diri, kenaikan skor harus dibaca sebagai perubahan persepsi kemampuan. Evaluasi lanjutan memerlukan tes objektif, rubrik konsep produk, atau penilaian hasil praktik untuk memastikan penguasaan kompetensi secara lebih kuat.

Kepuasan dan respons peserta

Tabel 2. Rekapitulasi kepuasan peserta (n = 34)

No.	Pernyataan	1	2	3	4	Rata-rata
1	Relevansi materi dengan kebutuhan peserta	0	0	6	28	3,82
2	Kejelasan penyampaian narasumber	0	1	7	26	3,74
3	Sistematika dan urutan materi	0	1	8	25	3,71
4	Efektivitas diskusi dan tanya jawab	0	1	9	24	3,68
5	Pemahaman kebutuhan konsumen	0	1	8	25	3,71
6	Pemahaman design thinking	0	2	10	22	3,59
7	Pemahaman konsep desain produk	0	2	11	21	3,56
8	Kesesuaian contoh dan media visual	0	0	8	26	3,76
9	Interaksi narasumber dengan peserta	0	0	5	29	3,85
10	Manfaat pelatihan secara keseluruhan	0	0	4	30	3,88

Rata-rata kepuasan peserta mencapai 3,73 dari skala 4 dan berada pada kategori sangat baik. Manfaat pelatihan secara keseluruhan memperoleh skor tertinggi sebesar 3,88, disusul interaksi narasumber dengan peserta sebesar 3,85. Pemahaman konsep desain produk memperoleh skor terendah sebesar 3,56, sedangkan pemahaman design thinking mencapai 3,59. Pola tersebut konsisten dengan hasil penilaian diri bahwa aspek konseptual dapat dipahami, tetapi kemampuan menerjemahkan ide ke dalam konsep produk memerlukan waktu dan latihan lebih panjang.



Gambar 2. Nilai rata-rata setiap indikator kepuasan peserta

Skor kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa materi, metode penyampaian, dan interaksi dinilai relevan oleh peserta. Namun, kepuasan tidak sama dengan kompetensi. Oleh karena itu, hasil kepuasan perlu dibaca bersama perubahan penilaian diri, observasi keterlibatan, dan hasil praktik pada kegiatan berikutnya agar evaluasi tidak bergantung pada satu jenis instrumen.

Design thinking sebagai kerangka membaca kebutuhan konsumen

Materi design thinking membantu peserta mengubah cara memandang masalah. Keluhan, kesulitan, dan kebutuhan yang berulang dapat dilihat sebagai sumber ide usaha. Sebelum menentukan produk, peserta diarahkan untuk memikirkan siapa penggunaanya, masalah apa yang dialami, mengapa masalah tersebut penting, dan solusi apa yang mungkin diterima. Pendekatan ini mengurangi kecenderungan membuat produk hanya berdasarkan asumsi pembuat.

Contoh visual dan studi kasus membantu peserta memahami bahwa desain produk tidak hanya berkaitan dengan bentuk luar, tetapi juga dengan fungsi, kenyamanan, manfaat, kemudahan penggunaan, biaya, dan nilai ekonomi. Pemahaman tersebut penting bagi usaha masyarakat karena produk perlu memiliki alasan yang jelas untuk dipilih konsumen. Design thinking dengan demikian berfungsi sebagai kerangka awal untuk menghubungkan kebutuhan, ide, dan kemungkinan pengembangan produk.

Perancangan konsep desain produk sebagai dasar pengembangan usaha

Konsep desain produk merupakan tahap awal untuk memperjelas ide sebelum memasuki pembuatan prototipe atau produksi. Peserta diperkenalkan pada pertanyaan dasar: siapa pengguna sasaran, masalah apa yang diselesaikan, fungsi utama apa yang ditawarkan, apa pembeda produk, bahan apa yang mungkin digunakan, dan apakah produk memiliki potensi nilai ekonomi. Pertanyaan tersebut membantu mengubah ide yang masih umum menjadi rancangan awal yang lebih terstruktur.

Skor pemahaman konsep desain produk yang masih lebih rendah daripada indikator lain menunjukkan bahwa materi ini memerlukan praktik lanjutan. Penyampaian satu kali melalui seminar cukup untuk membangun kesadaran, tetapi belum cukup untuk membentuk keterampilan. Kegiatan lanjutan perlu memberikan lembar kerja, contoh bertingkat, latihan pemilihan alternatif, sketsa sederhana, dan umpan balik dari calon pengguna.

Kendala dan implikasi kegiatan

Kendala utama kegiatan adalah keterbatasan waktu. Cakupan materi cukup luas, mulai dari motivasi kewirausahaan hingga desain konsep produk, sehingga pendalaman dan praktik belum dapat dilakukan secara menyeluruh. Keterbatasan tersebut menjelaskan mengapa indikator konsep desain produk memperoleh nilai lebih rendah dibandingkan manfaat pelatihan dan interaksi narasumber.

Bagi peserta, kegiatan memberikan fondasi untuk melihat kebutuhan konsumen sebagai sumber peluang usaha. Bagi mitra kelurahan, kegiatan dapat menjadi bagian dari program pemberdayaan ekonomi warga. Bagi perguruan tinggi, kegiatan menjadi penerapan keilmuan teknik industri melalui transfer pengetahuan mengenai kewirausahaan, perancangan produk, dan penciptaan nilai. Implikasi utama bagi kegiatan berikutnya adalah perlunya program bertahap yang menggabungkan pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi berbasis luaran.

Evaluasi Kegiatan

a. Capaian kegiatan

Kegiatan mencapai indikator awal berupa keterlibatan 34 peserta, peningkatan rata-rata persepsi pemahaman dari 1,98 menjadi 3,42, serta kepuasan rata-rata 3,73 dari skala 4. Capaian paling kuat terdapat pada motivasi memulai usaha, manfaat pelatihan, dan interaksi narasumber. Hasil tersebut menunjukkan bahwa metode seminar interaktif sesuai untuk membangun kesadaran awal dan minat peserta terhadap kewirausahaan berbasis kebutuhan konsumen.

b. Rencana tindak lanjut

Program lanjutan disarankan dilaksanakan dalam beberapa sesi. Sesi pertama berfokus pada identifikasi potensi diri dan peluang. Sesi kedua membahas wawancara kebutuhan pengguna dan perumusan masalah. Sesi ketiga digunakan untuk pembangkitan alternatif dan penyusunan konsep desain. Sesi keempat diarahkan pada pembuatan mock-up sederhana, presentasi, dan umpan balik. Evaluasi berikutnya perlu menambahkan tes objektif, rubrik kualitas konsep, catatan perkembangan peserta, dan pengukuran tindak lanjut setelah beberapa minggu.

KESIMPULAN

Pelatihan peningkatan literasi kewirausahaan berbasis design thinking telah dilaksanakan pada 7 April 2026 di Kantor Kelurahan Kembangan, Jakarta Barat, dengan melibatkan 34 peserta. Kegiatan memberikan pemahaman awal mengenai potensi diri, motivasi kewirausahaan, peluang dan risiko usaha, kebutuhan konsumen, design thinking, serta dasar konsep desain produk. Rata-rata penilaian diri meningkat dari 1,98 menjadi 3,42 atau sebesar 72,5%, sedangkan kepuasan peserta mencapai 3,73 dari skala 4. Manfaat pelatihan dan interaksi narasumber menjadi aspek yang paling kuat, sementara pemahaman konsep desain produk masih memerlukan penguatan.

Pelatihan membantu peserta memahami bahwa ide usaha dapat dimulai dari masalah dan kebutuhan konsumen, kemudian dikembangkan menjadi konsep produk yang memiliki fungsi, manfaat, dan potensi ekonomi. Karena evaluasi masih menggunakan penilaian diri dan pelatihan berlangsung dalam waktu terbatas, hasil perlu dipandang sebagai temuan awal. Pendampingan lanjutan, praktik perancangan konsep, validasi pengguna, pengembangan mock-up, dan evaluasi objektif diperlukan untuk meningkatkan dampak program secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Ahmad, Widodo, L., Laricha, L., & Septiono, J. (2021a). Pelatihan technopreneurship dan workshop Fusion 360 di SMAN 110 Jakarta dalam rangka meningkatkan daya saing bangsa. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(1).
- Ahmad, Widodo, L., Yuliana, D., & Alfandy, R. (2021b). Pelatihan leadership life skill dalam mempersiapkan wirausaha bagi santri pesantren. *Prosiding SERINA*, 1(1), 1943-1948.
- Ahmad, et al. (2021). Meningkatkan kreativitas melalui pelatihan kewirausahaan di Sekolah SMK Pelita Harapan. *Prosiding SERINA*, 1(1), 1387-1392.
- Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92.
- Brown, T. (2009). *Change by design: How design thinking creates new alternatives for business and society*. Harper Business.
- Buchanan, R. (1992). Wicked problems in design thinking. *Design Issues*, 8(2), 5-21.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Frinces, H. (2004). *Kewirausahaan dan inovasi bisnis*. Darusalam.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Liedtka, J. (2015). Perspective: Linking design thinking with innovation outcomes through cognitive bias reduction. *Journal of Product Innovation Management*, 32(6), 925-938.
- Neck, H. M., Greene, P. G., & Brush, C. G. (2014). *Teaching entrepreneurship: A practice-based approach*. Edward Elgar Publishing.
- Sarosa, P. (2005). *Kiat praktis membuka usaha: Becoming young entrepreneur*. PT Elex Media Komputindo.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan: Teori dan praktik*. Salemba Empat.