

MERANCANG IDE BISNIS KREATIF DENGAN DESIGN THINKING BAGI PELAJAR SMA SEJAHTERA 1 DEPOK

Dian Riskarini^{1*}, Dewi
Trirahayu², Setiarini³, Indra Ade
Irawan⁴, Ade Wahyudi⁵, Yani
Dewanthi⁶, Najla⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Ekonomi dan
Bisnis, Universitas Pancasila,
Jakarta, Indonesia.

Artikel

Diterima : 21 Januari 2025

Disetujui : 04 Juli 2025

Terbit : 30 Agustus 2025

Email :

dianriskarini@univpancasila.ac.id

Abstrak

Kebutuhan generasi Z yang tumbuh dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi digital serta mengakomodir ketertarikan mereka terhadap kewirausahaan. Realitas ini kemudian membentuk budaya dan karakter tersendiri terhadap generasi Z yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Hal yang paling menonjol adalah kemandirian yang kuat, lebih menyukai bekerja tanpa adanya perintah atau aturan dari atasan serta bergerak sesuai kehendak. Melalui kecanggihan teknologi mereka lebih mudah berinovasi dan berimprovisasi. Pemahaman terhadap entrepreneurship dan pemberian literasi tentang *Design Thinking* yang tepat dalam merancang Ide Bisnis Kreatif juga dirasakan sangat perlu dilakukan. Kegiatan PKM dilakukan kepada para siswa kelas 10 SMA Sejahtera 1 DEPOK pada tanggal 26 Juni 2024. Hasil PKM memberikan informasi bahwa para siswa membutuhkan pengetahuan dan pemahaman dalam merancang dan mengembangkan ide-ide kreatif inovatifnya dalam mendukung peluang usaha sejak dini melalui tahapan *Design Thinking* yang tepat berdasarkan kebutuhan konsumen.

Kata kunci: Generasi Z, Ide Kreatif Inovatif, *Design Thinking*

Abstract

The needs of Generation Z are growing and developing along with the development of digital technology and accommodating their interest in entrepreneurship. This reality then forms its own culture and character for generation Z which is different from previous generations. The most prominent thing is strong independence, preferring to work without orders or rules from superiors and moving according to wishes. Through sophisticated technology, it is easier for them to innovate and improvise. Understanding entrepreneurship and providing appropriate literacy about Design Thinking in designing Creative Business Ideas is also felt to be very necessary. PKM activities were carried out for class 10 students of SMA Sejahtera 1 DEPOK on June 26 2024. The PKM results provide information that students need knowledge and understanding in designing and developing innovative creative ideas to support business opportunities from an early age through appropriate Design Thinking stages based on consumer needs.

Keywords: Generation Z, innovative creative ideas, *Design Thinking*

PENDAHULUAN

Indonesia sejak tahun 2016 mempunyai target pembangunan berkelanjutan yang akan diwujudkan melalui agenda pencapaian SDGs 2030 yang terdiri dari 17 tujuan dan 169 target. Melalui peran kerjasama Pemerintah dengan melibatkan berbagai stakeholder dalam pencapaian pembangunan berkelanjutan ini, antara lain akademisi, LSM, swasta, serta seluruh lapisan masyarakat (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional / Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, 2021).

Sejalan dengan peranan Dosen sebagai pihak akademisi yang menjalani Tri Dharma Perguruan Tinggi (Pengajaran, Penelitian, serta Pengabdian Masyarakat) maka peranan ini memiliki misi yang sama dengan tujuan pemerintah dalam mendorong pencapaian agenda SDGs tersebut. Oleh karena itu, dalam rangka mendorong pencapaian tujuan SDGs terkait pendidikan berkualitas, mempersiapkan generasi muda agar mendapatkan pekerjaan dan kehidupan yang layak nantinya, mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, serta peningkatan industri yang inovatif, Fakultas Ekonomi dan Bisnis melaksanakan pengabdian kepada masyarakat berupa penyuluhan “Merancang Ide Bisnis Kreatif Dengan *Design Thinking* Bagi Pelajar” Di SMA Sejahtera 1 Depok.

Penyuluhan dilakukan sebagai upaya penyiapan generasi muda agar mempunyai wawasan wirausaha serta pemahaman mindset baru tentang bagaimana memiliki Ide Bisnis Kreatif melalui penerapan sistematika berfikir yang terdesign (*Design Thinking*). Pelatihan ini diperlukan juga untuk menjawab tantangan akan adanya bonus demografi yang terjadi mulai awal dekade ini hingga tahun 2030, bahkan laman Kominform (www.kominfo.go.id) menyebutkan hingga 2040 mendatang. Pada masa tersebut, terdapat sumber daya yang melimpah karena penduduk Indonesia yang produktif (15-64 tahun) melebihi usia non-produktif (65 tahun ke atas). Oleh karena itu, diperlukan banyak lapangan pekerjaan yang dapat menampung tenaga kerja produktif. Melalui penyuluhan jiwa kewirausahaan dan kemampuan *Design Thinking* yang tepat, inspirasi alternatif lapangan pekerjaan dapat diperoleh generasi Z, termasuk inovasi dalam menjalankan bisnis sehingga sesuai dengan fenomena dan keinginan customer.

Digitalisasi telah merevolusi seluruh sendi kehidupan, termasuk di bidang kewirausahaan. Berbagai bisnis digital tumbuh dengan sangat pesat di dunia, termasuk di Indonesia (Karim et al., 2020). Kewirausahaan digital yang dikembangkan oleh generasi muda (Z) adalah tren startup yang berkembang, sehingga penting bagi generasi muda untuk belajar dan memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh dunia digital melalui ide dan inovasi. Sebagai generasi digital native, generasi muda memiliki keunggulan khusus dalam menavigasi dan memanfaatkan teknologi.

Generasi Z sebagai generasi *digital native* ini memiliki karakteristik, antara lain pandai memadukan antara kekuatan fisik dan kemampuan digital, selalu update dan mengikuti perkembangan yang terjadi, menyukai kepraktisan dan efisiensi biaya, serta berorientasi terhadap masyarakat, penuh kemandirian, dan memiliki kesiapan untuk berkompetisi (Stillman and Stillman, 2018; Sujatmiko, 2018). Namun seringkali tidak diimbangi dengan kemampuan berfikir yang sistematis (*Design*

Thinking) yang tepat. Hal ini mengakibatkan seringkali generasi muda (Z) ini tidak secara tepat memahami fenomena dan keinginan pelanggan atas suatu produk dan jasa.

Karakteristik tersebut merupakan potensi yang harus dikembangkan dalam mempersiapkan mereka menghadapi dunia bisnis dan pasar kerja yang semakin kompetitif, apalagi di era bonus demografi. Bagaimana generasi muda (Z) dapat memanfaatkan status mereka sebagai digital native untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ditawarkan oleh dunia bisnis yang semakin terdigitalisasi? Salah satunya melalui Upaya mengajak membentuk *Design Thinking* dalam merancang ide bisnis kreatif. Dengan memanfaatkan karakteristik positif yang dimiliki generasi Z, penyuluhan dilakukan sehingga dapat merangsang kreativitas dan inovasi untuk menangkap peluang usaha.

METODE

Sebelum acara berlangsung, tim pengabdian masyarakat telah melakukan beberapa hal berikut ini:

1. Mengidentifikasi kebutuhan dari objek pengabdian kepada masyarakat (metode *bottom up*)
Kebutuhan pihak sekolah adalah mengarahkan para siswanya yang mempunyai tingkat kreativitas tinggi yang membuka peluang usaha sejak dini, sehingga membutuhkan arahan dalam menyalurkan kreativitas mereka tersebut.
2. Mengidentifikasi calon audience mulai dari kelompok yang paling membutuhkan
Terpilih Siswa kelas X untuk mempersiapkan generasi muda yang memiliki bakat *entrepreneurship* sejak dini.
3. Melakukan pendekatan dengan pihak sekolah
Terkait perencanaan penyelenggaraan acara dan beberapa poin yang perlu disepakati bersama agar memperoleh kejelasan di awal guna menghindari kesalahpahaman dan demi kelancaran pelaksanaan.

Pelatihan dilakukan secara luring dengan model *classical* (di dalam Ruang Multimedia). Berikut ini metode penyampiannya:

1. Pengarahan dan pengenalan dengan menekankan pentingnya materi dan ketaatan terhadap tata tertib selama acara berlangsung. Audience juga dihimbau untuk aktif berpartisipasi. Pada sesi ini juga dilakukan penyerahan plakat sebagai penghargaan dan cinderamata untuk sekolah.
2. Proses pengisian atau pengerjaan *pre-test*.
3. Pemberian Materi Penyuluhan oleh Narasumber bertema “MERANCANG IDE BISNIS KREATIF DENGAN DESIGN THINKING BAGI PELAJAR ” SMA SEJAHTERA 1 DEPOK
4. Diskusi interaktif dengan audience yang dipandu oleh moderator dan direspon langsung oleh pemateri. Bagi penanya diberikan hadiah menarik.
5. Pertanyaan ringan dalam sesi *Ice Breaking* yang membuat siswa menjadi lebih bersemangat mengikuti hingga akhir acara.

6. Pemberian hadiah bagi yang beruntung.
7. Proses pengisian atau pengerjaan *post-test*.
8. Penutupan dengan foto bersama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pelaksanaan acara Pengabdian kepada masyarakat, diawali dengan proses registrasi peserta (siswa kelas 10). Kegiatan dibuka oleh MC yaitu Ibu Setiarini kemudian dilanjutkan dengan pengarahan dari Ibu Dra. Hj. Dewi Trirahayu, M.M. dan kegiatan PKM dihadiri oleh Bapak Handoko Budi Setiawan selaku Kepala Sekolah Sejahtera 1. Sesi selanjutnya dilakukan penyerahan pelakat, pengisian Pre-Test oleh siswa, dan pemberian materi.



Gambar 1. Proses Registrasi Peserta PKM (Siswa kelas 10)



Gambar 2. Sambutan dan Arahan dari Ibu Dra. Hj. Dewi Trirahayu, M.M.



Gambar 3. Penyampaian Materi PKM

Pengabdian kepada masyarakat ini masih bersifat teoretis dengan menitikberatkan pada pemahaman konsep. Oleh karena itu, guna memperoleh output pelatihan yang maksimal, diperlukan pengayaan keterampilan juga sehingga audience dapat memahami konsep dan praktik di lapangan. Pihak sekolah dan tim pengabdian juga dapat berkolaborasi dalam pembentukan lab kewirausahaan atau inkubator bisnis agar siswa dapat mewujudkan ide bisnisnya sebagai latihan.

Tabel 1. Gambaran IPTEKS

Permasalahan	Solusi	Output
Generasi muda (Gen Z) sebagai generasi <i>Digital Native</i> belum maksimal dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh dunia digital melalui ide dan inovasi.	Mempelajari tentang <i>digital marketing</i> , <i>marketplace</i> sebagai media untuk memasarkan ide, kreatifitas atas produk dan jasa yang inovatif dan efisien bagi konsumen	Memahami tentang <i>marketplace</i> sebagai sarana promosi dan penjualan produk/jasa, memahami dan menguasai <i>digital marketing</i> .
Generasi muda masih perlu ditingkatkan pemahaman dan literasinya tentang <i>entrepreneurship</i> , berfikir kritis, kreatif dan inovatif.	Mengajak berdiskusi melalui peningkatan literasi bidang <i>entrepreneurship</i> , pelatihan UMKM	Memahami konsep dan memiliki jiwa <i>entrepreneurship</i> sejak dini dengan miliki ide kreatif dan inovatif atas usaha yang dirintis
Bagaimana memahami, merancang dan mengembangkan ide usaha yang menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen?	Mensosialisasikan tahapan berpikir dengan <i>design thinking</i> agar dapat merancang dan mengembangkan ide usaha	Terbiasa berfikir kreatif dan inovatif melalui 5 tahapan <i>design thinking</i> yaitu <i>Empathise</i> , <i>Define</i> , <i>Ideate</i> , <i>Prototype</i> , <i>Test</i> .

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2024

Menjelang penutupan, Tim PKM memberikan lembar *Post Test* untuk mengukur pemahaman peserta setelah diberikan materi. Dan selanjutnya penutupan serta dilakukan foto bersama.



Gambar 4. Sesi Foto Bersama Tim PKM dan Guru saat Penutupan Acara

Tabel 2. Persentase perubahan rata-rata pemahaman Siswa tentang materi

Pertanyaan	Pre Test	Post Test
1. Penerapan <i>Design Thinking</i> dapat membantu bagi Tim / Organisasi dalam beberapa hal	74,2%	74,3%
2. Proses Tahapan <i>Design Thinking</i>	67,7%	85,7%
3. Dalam memilih ide terbaik harus memenuhi beberapa aspek	25,8%	51,4%

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2024

Berdasarkan tabel hasil pre test yang diberikan sebelum penyampaian materi dan post test yang diberikan setelah selesai penyampaian materi maka dapat terlihat adanya peningkatan pemahaman literasi para siswa mengenai Merancang Ide Bisnis Kreatif dengan *Design Thinking*. Para siswa telah lebih memahami manfaat penerapan *Design Thinking* bagi Tim/Organisasi, mengetahui proses tahapannya serta aspek penting yang mempengaruhi dalam memilih ide terbaik untuk berinovasi dalam membuka usaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Beberapa Kesimpulan yang dapat diuraikan sebagai hasil kegiatan PKM yang diadakan di SMA Sejahtera 1 Depok antara lain, kegiatan PKM ini diharapkan dapat membantu siswa dalam menciptakan Solusi inovatif berdasarkan kebutuhan konsumen untuk memulai ide bisnis sejak dini. Mempersiapkan generasi muda sebagai *Digital Native* yang mampu menerapkan tahapan *Design Thinking* secara sistematis dalam merancang dan mengelola ide bisnis kreatifnya. Pemahaman *Design Thinking* ini juga turut membiasakan generasi Z dalam memahami pemanfaatan *digital marketing* dalam membantu usaha pemasaran produk/jasa yang akan

dijalankan sebagai upaya mengembangkan jiwa *entrepreneurship* sejak dini. Berpikir secara bertahap dengan *Design Thinking* juga mampu merubah *mindset* generasi muda (Gen Z) untuk mau berwirausaha dengan merancang dan mengembangkan inovasi-inovasi barunya.

Saran

Terdapat beberapa saran untuk perbaikan kegiatan di kesempatan berikutnya agar lebih bermanfaat dan memberikan kontribusi lebih bagi peningkatan kesejahteraan Masyarakat baik di lingkungan Masyarakat umum maupun bagi para remaja/siswa. Beberapa saran tersebut antara lain, memperbaiki manajemen waktu pelaksanaan kegiatan PKM agar lebih efektif dan efisien. Pengambilan tema yang lebih sesuai dengan kapabilitas audience agar lebih dapat diterima dan lebih hidup suasana diskusinya. Memberikan lebih banyak contoh kasus agar wawasan dan pengalaman siswa dapat bertambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Karim et.al. 2020. Assessing the Governance Mechanisms, Corporate Social Responsibility and Performance: The Moderating Effect of Board Independence. April 2020. Global Business Review 24(2)
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. 2021. Peta Jalan SDGs Indonesia. https://sdgs.bappenas.go.id/website/wp-content/uploads/2021/02/Roadmap_Bahasa-Indonesia_File-Upload.pdf. Diakses pada tanggal 26 November 2023.
- Stillman, David dan Stillman, Jonah. 2018. Generasi Z: memahami Karakter Generasi Baru yang akan Mengubah Dunia Kerja. Jakarta: gramedia Pustaka Utama.
- Sujatmiko, Elvin. 2018. Review Buku Generasi Z: memahami Karakter Generasi Baru yang akan Mengubah Dunia Kerja. <https://rumahmillennials.com/2018/07/20/review-buku-generasi-z-memahami-karakter-generasi-baru-yang-akan-mengubah-dunia-kerja/> diakses pada tanggal 26 November 2023.
- <https://sekolah.data.kemdikbud.go.id/>