Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849
e-ISSN: 2548-1398
Vol. 10, No. 4, April 2025

PENGEMBANGAN *PLATFORM* DONASI DIGITAL MENGGUNAKAN *DESIGN THINKING* UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DONATUR

Sandi Al Roffik
Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia
Email: sandialroffik@gmail.com

Abstrak

Lembaga filantropi memiliki peran penting dalam pembangunan sosial, namun banyak yang mengalami penurunan donasi akibat menurunnya kepercayaan donatur terkait transparansi informasi dan kesulitan dalam proses donasi. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan donatur terhadap lembaga filantropi XYZ dengan menggunakan metode *Design Thinking*. Proses penelitian meliputi lima tahapan: *Empathize, Define*, *Ideation, Prototyping*, dan *Testing*. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan donatur dan *stakeholder*, observasi *platform* digital yang ada, serta pengukuran pengalaman pengguna menggunakan *User Experience Questionnaire* (UEQ) dan *System Usability Scale* (SUS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan prototipe platform berbasis *Design Thinking* berhasil meningkatkan kepercayaan donatur secara signifikan, dengan peningkatan rata-rata kepercayaan sebesar 45%. Prototipe yang dihasilkan menawarkan fitur transparansi informasi, panduan pembayaran interaktif, dan visibilitas kampanye daerah yang lebih baik. Pengujian prototipe menunjukkan skor SUS meningkat dari 65 menjadi 79, serta peningkatan dalam dimensi *pragmatic quality* dan *hedonic quality* pada UEQ. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode *Design Thinking* dapat secara efektif mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan mengembangkan solusi yang relevan, sehingga memperkuat transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan donasi. Diharapkan, penelitian ini dapat membantu lembaga filantropi dalam meningkatkan keberlanjutan pengumpulan donasi dan membangun kepercayaan masyarakat.

Kata kunci: *Design Thinking*, Filantropi, Kepercayaan, Pengalaman Pengguna, Transparansi, Platform Donasi Digital.

Abstract

Philanthropic organizations play an important role in social development; however, many are experiencing a decline in donations due to decreased donor trust related to information transparency and difficulties in the donation process. This research aims to enhance donor trust in the XYZ philanthropic organization using the Design Thinking method. The research process includes five stages: Empathize, Define, Ideation, Prototyping, and Testing. Data was collected through interviews with donors and stakeholders, observation of existing digital platforms, and measurement of user experience using the User Experience Questionnaire (UEQ) and System Usability Scale (SUS). The findings indicate that the development of a Design Thinking-based platform prototype successfully increased donor trust significantly, with an average trust increase of 45%. The resulting prototype offers features such as information transparency, interactive payment guides, and improved visibility of regional campaigns. Prototype testing showed an increase in the SUS score from 65 to 79, along with improvements in pragmatic quality and hedonic quality dimensions in the UEQ. The implications of this research demonstrate that the application of the Design Thinking method can effectively identify user needs and develop relevant solutions, thus

strengthening transparency and accountability in donation management. It is hoped that this research will assist philanthropic organizations in enhancing the sustainability of donation collection and building public trust.
Keywords: *Design Thinking, Philanthropy, Trust, User Experience, Transparency, Digital Donation Platform.*

Pendahuluan

Filantropi merupakan tindakan sukarela untuk kepentingan umum atau dalam hal ini diartikan seperti dermawan, kesukarelawanan, dan kegiatan sosial (Sholikah, 2022). Lembaga filantropi islam adalah sebuah organisasi non-profit yang mengelola kegiatan kedermawanan, Indonesia mengatur lembaga filantropi islam dalam UU No. 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Zakat, Keputusan Menteri Agama No. 581 Tahun 1999 tentang Pelaksanaan UU No. 38 Tahun 1999 dan Keputusan Direktur Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan Haji No. D/291 Tahun 2000 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Zakat (Kasdi, 2016).

Platform digital membawa perubahan yang signifikan di semua sektor termasuk dalam proses penghimpunan dan pengelolaan dana di lembaga filantropi XYZ pada periode tahun 2019 ke 2020 dilembaga filantropi XYZ penghimpunan melalui *platform* digital mengalami kenaikan yakni sebesar 11,86% untuk performa penghimpunan dan 69,69% untuk pertumbuhan donatur sebagaimana ditunjukan Gambar 1.2, namun dalam beberapa tahun terakhir capaian penghimpunan lembaga filantropi XYZ mengalami penurunan. Hal ini diduga disebabkan oleh turunnya kepercayaan donatur terhadap lembaga, salah satunya diduga karena penerapan *platform* digital yang belum memenuhi ekspektasi mengenai transparansi pengelolaan dana donasi (Syamsul & Munir, 2023).

Berdasarkan data *voice of costumer* (VOC) lembaga XYZ periode 2021 hingga 2023 terdapat 30% keluhan mengenai platform digital, dimana 75% nya keluhan mengenai transparansi alur donasi dimana donatur tidak mendapat notifikasi donasi, kejelasan akan donasinya dan pelaporan penyaluran sebagaimana yang digambarkan pada Gambar 1.1 dimana hal tersebut adalah poin penting dalam memperkuat akuntabilitas dan transparansi lembaga Athifah (2018) yang dapat meningkatkan kepercayaan donatur, dimana konsumen Indonesia sangat memperhatikan lima elemen kepercayaan yakni keamanan, kerahasiaan pribadi, keandalan, etika, dan kepatuhan (IDC, *Digital Trust Survey*).

Metode berfikir seperti desainer (*design thinking*) adalah metode yang andal dan efektif yang dapat digunakan untuk menemukan akar masalah dan mengembangkan inovasi model bisnis yang berkelanjutan (He & Ortiz, 2021). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai akar masalah dan solusi yang tepat dalam mengatasi penurunan kepercayaan serta meningkatkan penghimpunan dana oleh lembaga filantropi sangatlah penting (Al Faqih, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk menjawab tantangan tersebut sehingga dapat mengembangkan *prototyping* inovasi teknologi yang efektif dalam memulihkan kepercayaan masyarakat dan meningkatkan transparansi serta efektivitas lembaga filantropi (Fandhilah et al., 2024).

Penelitian ini mengidentifikasi kebutuhan donatur terkait transparansi informasi yang memengaruhi peningkatan kepercayaan, merancang solusi digital untuk meningkatkan transparansi dan memperkuat kepercayaan donatur, serta mengembangkan prototipe *platform* yang menyediakan fitur transparansi dan kemudahan akses pengelolaan donasi. Selain itu, penelitian ini memberikan manfaat teoritis dengan meningkatkan pemahaman tentang implementasi digital pada organisasi *non-profit* dan menambah literatur tentang digitalisasi lembaga filantropi. Dari segi praktis, penelitian

ini menghasilkan rekomendasi prototipe untuk pengelolaan donasi yang lebih transparan dan akuntabel, sehingga memperkuat kepercayaan dan dukungan dari donatur. Penelitian ini juga berbeda dari studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Reynaldi (2022) yang mengeksplorasi perbaikan UI/UX untuk teknologi pendidikan, serta Darmawan (2022) yang memeriksa pengalaman pengguna dalam aplikasi investasi keuangan, dengan fokus pada tantangan khusus meningkatkan kepercayaan donatur melalui transparansi (Reynaldi & Setiyawati, 2022), (Darmawan & Rohman, 2022).

Metode Penelitian

Dalam rangka menemukan solusi digital yang dapat meningkatkan kepercayaan dan penghimpunan donasi di lembaga XYZ, penelitian ini mengikuti tahapan metode *Design Thinking* (Videnovik et al., 2022). Proses dimulai dengan identifikasi masalah melalui *Preliminary Test*, yang bertujuan memahami kondisi *platform* eksisting guna menemukan kelemahan dan peluang perbaikannya. Selanjutnya, tahap *Empathy* dilakukan untuk menggali kebutuhan pengguna melalui observasi dan wawancara mendalam (Gaborov & Ivetić, 2022). Hasil dari tahap ini dianalisis dalam *Define*, di mana masalah utama dan demografi pengguna diidentifikasi untuk dasar penilaian ide. Pada tahap *Ideation*, berbagai solusi dikembangkan menggunakan teknik SCAMPER guna meningkatkan transparansi *platform*. Solusi yang terpilih kemudian diwujudkan dalam tahap *Prototyping*, di mana prototipe web donasi *online* dibuat menggunakan perangkat lunak seperti Figma. Prototipe ini diuji pada tahap *Testing*, yang mencakup wawancara, kuesioner skala kepercayaan, dan pengujian *usability* (UEQ dan SUS) untuk menilai efektivitas solusi dalam meningkatkan kepercayaan donatur (Asa, 2024).

Hasil pengujian dianalisis dalam tahap Evaluasi Kepercayaan, di mana responden memberikan umpan balik mengenai transparansi informasi dan kepercayaan terhadap lembaga filantropi. Akhirnya, dalam tahap Saran, rekomendasi perbaikan disusun berdasarkan temuan penelitian agar solusi tetap relevan dan efektif. Sampel penelitian terdiri dari *stakeholder* kunci (Direktur, Senior Manager, dan Manager) yang bertanggung jawab atas strategi dan pengembangan *platform*, serta pengguna donasi *online* yang aktif di lembaga XYZ (Chandrayanti, 2022). Responden ini dipilih berdasarkan demografi dan psikografi yang relevan, seperti keterlibatan dalam filantropi, pengalaman berdonasi, serta ekspektasi terhadap transparansi dan fitur digital. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, analisis *platform* eksisting, dan pengujian *usability*. Dengan pendekatan ini, penelitian berupaya memberikan solusi inovatif berbasis teknologi yang dapat meningkatkan kepercayaan dan akuntabilitas dalam ekosistem donasi digital.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini berfokus pada peningkatan kepercayaan donatur terhadap *platform* filantropi melalui pendekatan *design thinking*. Proses ini melibatkan tahapan *empathy*, *define, ideation, prototyping*, dan *testing*, yang didukung oleh data empiris dari wawancara mendalam, observasi, kuesioner *trust scale*, dan evaluasi iterasi prototipe. Setiap tahapan dirancang untuk mengidentifikasi masalah utama terkait kepercayaan donatur, merumuskan solusi yang relevan, dan mengukur dampak solusi tersebut pada kepercayaan donatur.

Preliminary Test

Sebelum memasuki tahap *Empathy*, dilakukan *preliminary test* untuk memahami kondisi *platform* eksisting lembaga filantropi XYZ. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kelemahan *platform* digital yang ada serta merumuskan fokus pada

tahap selanjutnya. Hasil dari *preliminary test* menjadi dasar penting dalam mendesain proses wawancara dan observasi (Rodríguez Valerio, 2022).

Hasil *Preliminary Test*

Hasil dari *preliminary test* menunjukkan beberapa kelemahan pada *platform* eksisting yang berkaitan dengan aspek transparansi, kegunaan, dan pengalaman pengguna. Berikut adalah rincian hasil berdasarkan masing-masing pendekatan:

Hasil SUS (*System Usability Scale*)

Pengukuran *usability* menggunakan SUS baik dari donatur dan *stakeholder* kunci menghasilkan skor rata-rata 65 (kategori cukup) sebagaimana ditunjukan pada Gambar 1. Skor ini menunjukkan kebutuhan akan peningkatan signifikan dalam kemudahan penggunaan *platform*.

Masalah utama ditemukan pada:

Kompleksitas alur donasi, terutama pada tahap pembayaran.

Tidak adanya panduan interaktif yang membantu pengguna menyelesaikan proses donasi.

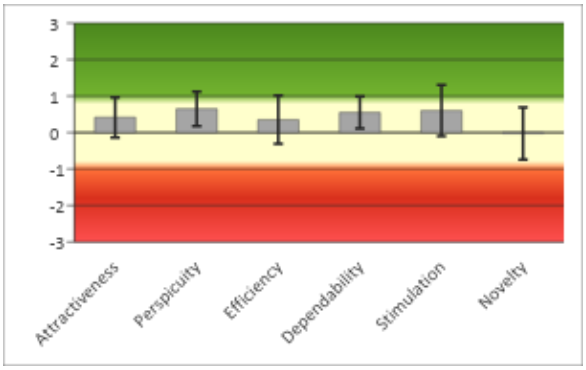
Skor Hasil Hitung										Jumlah	Nilai
Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		(Jumlah x 2.5)
3	3	2	2	1	1	2	2	2	3	21	53
3	4	1	2	3	2	3	4	3	4	29	73
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29	73
3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	26	65
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32	80
Skor Rata-rata (Hasil Akhir)											69

Skor Hasil Hitung										Jumlah	Nilai
Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		(Jumlah x 2.5)
1	2	3	2	0	1	2	2	1	3	17	43
3	1	3	3	1	2	3	3	3	3	25	63
3	2	3	4	4	3	3	3	3	2	30	75
3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	26	65
3	2	2	3	1	1	3	3	3	3	24	60
Skor Rata-rata (Hasil Akhir)											61

Gambar 1. Skor SUS donatur (atas) dan skor SUS *stakholder* kunci (bawah)

Hasil UEQ (*User Experience Questionnaire*)

Berdasarkan analisis data UEQ (*User Experience Questionnaire*), berikut adalah penjelasan dan kesimpulan dari hasil evaluasinya sebagaimana yang ditunjukan oleh Gambar 2, Gambar 3 dan Gambar 4.



1. *Empathize*

Tahap *Empathy* bertujuan untuk menggali kebutuhan, masalah, dan harapan pengguna serta *stakeholder* terhadap *platform* digital lembaga XYZ. Berdasarkan hasil *preliminary test*, pendekatan ini difokuskan pada aspek transparansi, kemudahan alur donasi, dan peningkatan antarmuka pengguna.

2. *Define*

Tahap *Define* bertujuan untuk menganalisis hasil dari tahap *Empathize* dan merumuskan masalah utama yang akan menjadi fokus dalam pengembangan solusi. Langkah-langkah yang dilakukan dalam tahap ini dirancang secara sistematis untuk menghasilkan pernyataan masalah (*problem statement*) yang terfokus, terukur, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna serta tujuan penelitian.

3. *Ideation*

Tahap Ideation bertujuan untuk menghasilkan solusi kreatif yang relevan dengan kendala dan kebutuhan yang telah diidentifikasi pada tahap *Empathize*. Proses ini dilakukan menggunakan teknik SCAMPER (*Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to another use, Eliminate, Reverse*). Setiap langkah difokuskan untuk mengeksplorasi ide-ide yang dapat meningkatkan kepercayaan pengguna melalui transparansi, pengalaman pengguna, dan efisiensi operasional *platform* donasi digital lembaga XYZ.

4. *Prototyping*

Tahap *Prototyping* bertujuan untuk mengubah ide-ide yang telah diprioritaskan pada tahap *Ideation* menjadi representasi visual atau fungsional awal. Prototipe ini dirancang untuk menguji keefektifan solusi yang diajukan dan memastikan bahwa solusi memenuhi kebutuhan pengguna (donatur dan *stakeholder*). Prototipe yang dirancang didasarkan pada kebutuhan strategis lembaga XYZ, untuk mendukung visi meningkatkan kepercayaan donatur melalui transparansi dan efektivitas pengelolaan donasi melalui fitur-fitur inovatif. Proses ini mencakup perencanaan, pembuatan prototipe, dan dokumentasi setiap iterasi.

5. *Testing*

Tahap *Testing* bertujuan untuk mengevaluasi prototipe yang dikembangkan, baik dari segi *usability*, *user experience*, maupun dampaknya terhadap kepercayaan donatur. Pengujian ini dilakukan dengan mengintegrasikan beberapa metode, yaitu *Usability Testing* (UT), *User Experience Questionnaire* (UEQ), dan *System Usability Scale* (SUS). Selain itu, kuesioner *Trust Scale* dan wawancara mendalam juga digunakan untuk mengevaluasi aspek kepercayaan secara khusus. Responden pengguna yang penulis ujikan adalah lima orang donatur sebelumnya yang menguji platform donasi eksisting.

6. Hasil

Berdasarkan hasil evaluasi kepercayaan donatur menunjukkan bahwa prototipe berhasil meningkatkan kepercayaan secara signifikan. Hasil pengukuran *trust scale* mengungkapkan adanya peningkatan rata-rata kepercayaan sebesar 45%, yang didukung oleh wawancara mendalam dan analisis perbandingan *platform*. Fitur transparansi, seperti laporan penggunaan dana *real-time, dashboard progress* kampanye, notifikasi otomatis, dan *hightlight* kampanye menjadi faktor kunci dalam membangun rasa percaya donatur terhadap *platform* digital filantropi.

Fitur transparansi tidak hanya memberikan informasi teknis kepada donatur, tetapi juga menciptakan rasa keterlibatan (Susilawaty et al., 2024). Donatur merasa dapat memantau secara langsung dampak kontribusi mereka terhadap program yang didukung, yang secara emosional meningkatkan rasa puas dan percaya. Hasil ini sejalan dengan temuan Bonang (2022) yang menunjukkan bahwa transparansi informasi memiliki korelasi positif dengan peningkatan kepercayaan donatur.

Pengujian juga menunjukkan bahwa prototipe telah berhasil meningkatkan pengalaman pengguna dibandingkan platform eksisting, Selain itu, peningkatan UX sesuai dengan rekomendasi Purnama (2023) terkait pentingnya antarmuka intuitif dalam membangun kepercayaan digital terutama dalam hal daya tarik dan stimulasi. Namun, beberapa aspek seperti kejelasan filter lokasi dan efisiensi pengisian data donatur masih memerlukan perbaikan lebih lanjut. Implementasi rekomendasi di atas diharapkan dapat meningkatkan kegunaan dan kepuasan pengguna pada iterasi berikutnya beberapa saran untuk pengembangan *platform* adalah sebagai berikut:

Peningkatan kejelasan filter dan informasi transparansi dengan menambahkan label yang lebih deskriptif pada filter lokasi di *section campaign* daerah dan menyesuaikan tampilan tabel transparansi dan *skema grid* agar lebih menonjol secara visual.

Penyederhanaan formulir donatur dengan mengurangi jumlah isian data melalui otomatisasi untuk donatur yang sudah pernah berdonasi dan memastikan validasi *input* berjalan dengan baik untuk kolom nomor *WhatsApp*. Optimasi antarmuka untuk meningkatkan kejelasan seperti menambahkan bantuan visual seperti *tooltips* atau penjelasan singkat pada elemen antarmuka yang dianggap kurang jelas (Suprapto et al., 2021). Menggunakan ikon dan warna untuk membantu pengguna mengenali fungsi tombol dan fitur.

Peningkatan efisiensi pada tugas yang kompleks seperti mengurangi jumlah langkah pada proses donasi dan pengisian data donatur dan menambahkan opsi pratinjau pada informasi transparansi sebelum donasi dilakukan. Hasil pengujian prototipe menunjukkan peningkatan signifikan pada tingkat kepercayaan dan pengalaman pengguna. Kesimpulan dari hasil ini, termasuk rekomendasi strategis untuk implementasi, akan diuraikan pada Bab V.

Kesimpulan

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa transparansi informasi terkait kampanye donasi, alokasi dana, dan dampak program menjadi faktor utama yang memengaruhi kepercayaan donatur terhadap *platform* digital lembaga XYZ. Data dari *trust scale* menunjukkan peningkatan rata-rata kepercayaan sebesar 45% setelah implementasi prototipe berbasis fitur transparansi seperti laporan *real-time*, *dashboard progress* kampanye, dan notifikasi otomatis, yang diyakini dapat meningkatkan kepercayaan secara signifikan terhadap lembaga XYZ. Penerapan metode *Design Thinking* melalui lima tahap utama—*Empathize*, *Define*, *Ideation, Prototyping*, dan *Testing*—terbukti efektif dalam mengidentifikasi kebutuhan pengguna serta menghasilkan prototipe solusi digital yang relevan. Proses iterasi dalam metode ini menghasilkan prototipe yang dikembangkan berdasarkan wawancara mendalam dengan sepuluh responden (lima donatur dan lima *stakeholder*), yang memperlihatkan keberhasilan dalam menjawab kendala utama pengguna. Prototipe yang dikembangkan mampu menangani kendala yang telah diidentifikasi, termasuk meningkatkan transparansi informasi kampanye, mempermudah transaksi, dan mengatasi keterbatasan visibilitas kampanye daerah. Prototipe baru dirancang untuk menyederhanakan proses donasi dengan mengurangi jumlah langkah pada alur transaksi, menambahkan fitur pratinjau transparansi sebelum donasi dilakukan, dan meningkatkan aksesibilitas kampanye regional.

Hasil pengujian menunjukkan skor SUS (*System Usability Scale*) meningkat dari rata-rata 65 menjadi 79, sementara hasil UEQ (*User Experience Questionnaire*) menunjukkan peningkatan dimensi *pragmatic quality* (+20%) dan *hedonic quality*

(+15%), memperkuat bukti bahwa prototipe lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna. Evaluasi prototipe menunjukkan bahwa fitur transparansi yang diterapkan berhasil memperkuat akuntabilitas lembaga XYZ, dengan 80% responden merasa lebih nyaman berdonasi melalui prototipe dibandingkan *platform* sebelumnya (Wijaya et al., 2024). Oleh karena itu, langkah selanjutnya adalah implementasi skala penuh dari prototipe ini di lingkungan lembaga filantropi XYZ, dengan evaluasi lanjutan untuk memastikan solusi ini tetap relevan dan efektif. Penelitian ini mengungkapkan bahwa metode *Design Thinking* dapat diterapkan secara efektif untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan permasalahan utama yang dihadapi oleh *platform* digital lembaga XYZ (Fadilla & Erdhina, 2020). Diharapkan, penerapan solusi yang dihasilkan dari metode ini akan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan pengguna, sekaligus mendukung lembaga XYZ dalam mewujudkan visinya sebagai organisasi filantropi digital yang transparan dan akuntabel.

Saran untuk penelitian selanjutnya mencakup beberapa langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas prototipe platform donasi digital yang telah dikembangkan. Pertama, penelitian longitudinal perlu dilakukan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang terhadap kepercayaan dan kepuasan donatur. Kedua, penerapan metode uji A/B dapat digunakan untuk menguji fitur tambahan dan perubahan antarmuka guna meningkatkan pengalaman pengguna. Selain itu, pengembangan fitur baru, seperti forum komunikasi antara donatur dan penerima manfaat, dapat meningkatkan transparansi dan keterlibatan. Melibatkan lebih banyak *stakeholder* dalam penelitian juga disarankan untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif. Penelitian di berbagai lembaga filantropi dengan karakteristik berbeda akan menguji fleksibilitas solusi, sementara integrasi teknologi baru seperti *blockchain* dan AI dapat meningkatkan transparansi dan personalisasi. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan platform donasi yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Al Faqih, N. I. H. (2020). Peran Lembaga Filantropi Islam Dalam Menanggulangi Turbulensi Ekonomi Masyarakat Dalam Situasi Pandemi Covid 19. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, *4*(02), 152–166.

Asa, S. J. L. (2024). Analisis Userinterface Pada Aplikasi Youtube Menggunakan Metode System Usability Scale (Sus). *CONTAR: Jurnal Ilmu Komputer*, *2*(1), 19–24.

Athifah, A., Bayinah, A. N., & Bahri, E. S. (2018). Pengaruh akuntabilitas publik dan transparansi laporan keuangan terhadap kepercayaan donatur pada yayasan PPPA Daarul Qur'an Nusantara. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, *2*(1), 54–74. https://doi.org/10.21070/perisai.v2i1.1496

Bonang, D., & Baihaqi, M. (2022). The Effect of Trust, Brand Awareness, and Social Piety in Donation Decisions Through Digital Platforms. *Ulul Albab*, *23*(2), 306. https://doi.org/10.18860/ua.v23i2.17596

Chandrayanti, T. (2022). The Business Strategy of Small Enterprises in the Digital Period in West Sumatra. *KnE Social Sciences*, 339–354.

Darmawan, R. D., & Rohman, H. (2022). Peningkatan Performa Pengalaman Pengguna Aplikasi Seluler Ajaib dengan Pendekatan Design Thinking dan Pengujian A/B: Studi Kasus UX Terhadap Ajaib-Platform Investasi Daring. *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, *4*(1), 1.

Fadilla, A. N., & Erdhina, A. (2020). Aplikasi Gawai Tel-U Peduli Untuk Penggalangan

Dana:(Perancangan Aplikasi Dengan Pendekatan Design Thinking). *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, *5*(2), 323–347.

Fandhilah, F., Althaf, A. R. Z., Saputra, J. J., & Akbar, M. T. (2024). Optimasi Desain UI/UX Aplikasi Pengelolaan Donasi Pada Yayasan S3 (Senyum Sinergi Sahabat) Menggunakan Metode Design Thinking. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, *10*(2), 166–176. https://doi.org/10.31294/ijse.v10i2.24476

Gaborov, M., & Ivetić, D. (2022). The importance of integrating Thinking Design, User Experience and Agile methodologies to increase profitability. *Journal of Applied Technical and Educational Sciences*, *12*(1), 286. https://doi.org/10.24368/jates286

He, J., & Ortiz, J. (2021). Sustainable business modeling: The need for innovative design thinking. *Journal of Cleaner Production*, *298*, 126751.

Kasdi, A. (2016). Filantropi Islam untuk pemberdayaan ekonomi umat (Model pemberdayaan ZISWAF di BMT Se-Kabupaten Demak). *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam STAIN Kudus*, *9*(2), 227–245.

Purnama, S. J., & Chotib, C. (2023). Analisis kebijakan publik pemindahan ibu kota negara. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, *13*(2), 153–166.

Reynaldi, V. K., & Setiyawati, N. (2022). Perancangan ui/ux fitur mentor on demand menggunakan metode design thinking pada platform pendidikan teknologi. *JIPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, *7*(3), 835–849. https://doi.org/10.29100/jipi.v7i3.3109

Rodríguez Valerio, D. M. (2022). Creación de productos innovadores para bibliotecas aplicando Design Thinking: experiencia en un curso virtual de mercadeo. *Investigación Bibliotecológica*, *36*(92), 13–31. https://doi.org/10.22201/iibi.24488321xe.2022.92.58697

Sholikah, R. J. (2022). Pemberdayaan Melalui Filantropi Islam Berbasis Masjid. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *3*(1), 4281–4288. https://doi.org/10.47492/jip.v3i1.1543

Suprapto, A., Prabowo, M., & Kom, M. (2021). Dasar-dasar Interaksi Manusia dan Komputer. *Lemb. Penelit. Dan Pengabdi. Kpd. Masy. Inst. Agama Islam Negeri Salatiga*.

Susilawaty, F. T., Ratnawati, R., Karangan, I. A., & Fitriyani, W. (2024). Komparasi Analisis Media Siber pada Platform Donasi Digital: Biruberbagi. id, Campaign. com, dan Ayobantu. com. *CARAKA: Indonesia Journal of Communication*, *5*(1), 1–13.

Syamsul, E. M., & Munir, M. M. (2023). Digital Platform; Real-time Monitoring and Performance Analysis of Waqf Funds. *Jurnal I-Philanthropy: A Research Journal On Management Of Zakat and Waqf*, *3*(2), 131–137.

Videnovik, M., Vold, T., Dimova, G., Kiønig, L. V., & Trajkovik, V. (2022). Migration of an escape room–style educational game to an online environment: Design thinking methodology. *JMIR Serious Games*, *10*(3), e32095. https://doi.org/10.2196/32095

Wijaya, R. F., Kurniawan, F., Putra, R. R., & Alvin, A. (2024). *Sistem Informasi Transparansi Pengelolaan Kegiatan Publik*. Serasi Media Teknologi.

Copyright holder:
Sandi Al Roffik (2025)

First publication right:
Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

