



Pendampingan Usaha Kecil Siswa dalam Pembuatan Kemasan Produk Menarik di SMAN 2 Bangkinang Kota

Yedi Sispurwanto^{1*}, Rizki Ardiansah¹, Hanifa Humaira¹

¹ Politeknik Kampar, Bangkinang, Indonesia

* Corresponding Author: yedi.sispurwanto@poltek-kampar.ac.id

Abstract

Product packaging plays a crucial role in enhancing the appeal and selling value of a product, including in small businesses run by students. However, limited knowledge and skills in packaging design remain a major obstacle for students in developing their businesses. This community service activity aims to improve the skills of SMAN 2 Bangkinang Kota students in creating attractive and marketable product packaging through a small business mentoring program. The methods used include packaging concept socialization, simple design training, and product packaging creation assistance. The results of the activity show an increase in students' understanding of the importance of packaging, increased creativity in product design, and improved product appearance quality. This program contributes to increasing the competitiveness of student businesses and fostering a creative and innovative entrepreneurial spirit.

Keywords:

*Product
Packaging;
Student Business;
Entrepreneurship.*

Abstrak

Kemasan produk memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual suatu produk, termasuk pada usaha kecil yang dijalankan oleh siswa. Namun, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam desain kemasan masih menjadi kendala utama bagi siswa dalam mengembangkan usaha mereka. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa SMAN 2 Bangkinang Kota dalam membuat kemasan produk yang menarik dan memiliki nilai jual melalui program pendampingan usaha kecil. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi konsep kemasan, pelatihan desain sederhana, serta pendampingan pembuatan kemasan produk. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai pentingnya kemasan, meningkatnya kreativitas dalam desain produk, serta meningkatnya kualitas tampilan produk yang dihasilkan. Program ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan daya saing usaha siswa serta membentuk jiwa kewirausahaan yang kreatif dan inovatif.

Kata Kunci:

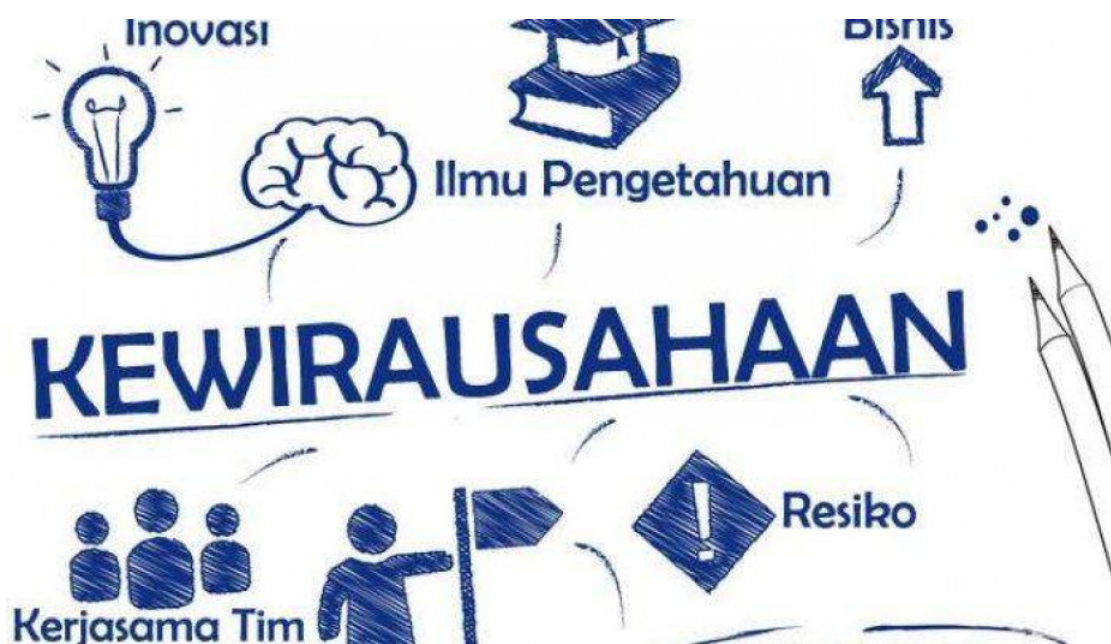
*Kemasan
Produk; Usaha
Siswa;
Kewirausahaan.*

Pendahuluan

Kemasan produk merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang memiliki fungsi tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai sarana komunikasi antara produsen dan konsumen. Dalam dunia bisnis modern, kemasan menjadi faktor penentu dalam menarik perhatian konsumen dan membentuk persepsi terhadap kualitas produk. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kemasan merupakan bagian dari produk yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen karena memiliki nilai estetika dan informatif. Oleh karena itu, kemasan yang menarik dan inovatif dapat meningkatkan daya saing produk di pasar.

Dalam konteks usaha kecil, termasuk usaha yang dijalankan oleh siswa, kemasan sering kali masih dianggap sebagai aspek tambahan yang kurang diperhatikan. Padahal, kemasan yang baik dapat meningkatkan nilai jual produk serta memperluas peluang pemasaran. Menurut Klimchuk dan Krasovec (2013), desain kemasan yang efektif harus mampu mencerminkan identitas produk, menarik perhatian konsumen, serta memberikan informasi yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa kemasan memiliki peran strategis dalam membangun branding produk.

Pendidikan kewirausahaan di tingkat sekolah menengah atas menjadi penting dalam membentuk karakter siswa yang mandiri dan kreatif. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi menekankan bahwa pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk mengembangkan keterampilan dan sikap inovatif pada siswa (Kemendikbudristek, 2021). Dalam hal ini, kegiatan usaha kecil yang dilakukan oleh siswa dapat menjadi sarana pembelajaran yang efektif dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan.



Gambar 1. Kewirausahaan

Selain itu, kreativitas menjadi faktor utama dalam pengembangan produk dan kemasan. Menurut Howkins (2001), kreativitas merupakan sumber utama dalam ekonomi kreatif yang mampu menciptakan nilai tambah pada produk. Sementara itu, Drucker (1985) menegaskan bahwa inovasi merupakan kunci keberhasilan dalam kewirausahaan. Oleh karena itu, pengembangan kemasan produk yang menarik dapat menjadi salah satu bentuk inovasi yang dilakukan oleh siswa dalam mengembangkan usaha mereka.

SMAN 2 Bangkinang Kota sebagai salah satu lembaga pendidikan memiliki potensi dalam mengembangkan kewirausahaan siswa melalui kegiatan usaha kecil. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa beberapa siswa telah memiliki usaha kecil, seperti penjualan makanan ringan dan produk kreatif, namun kemasan yang digunakan masih sederhana dan kurang menarik. Hal ini menyebabkan produk yang dihasilkan kurang memiliki daya tarik di pasar. Kondisi ini menunjukkan perlunya program pendampingan yang dapat membantu siswa dalam meningkatkan kualitas kemasan produk.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk mendampingi siswa dalam pembuatan kemasan produk yang menarik dan bernilai jual.

Program ini diharapkan dapat meningkatkan kreativitas, keterampilan, serta daya saing usaha siswa, sehingga mereka mampu mengembangkan usaha secara lebih profesional.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMAN 2 Bangkinang Kota dengan menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif. Pendekatan ini bertujuan untuk melibatkan siswa secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan sehingga mereka dapat memahami dan mengaplikasikan konsep yang diberikan secara langsung.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya kemasan dalam pemasaran produk. Materi yang disampaikan mencakup fungsi kemasan, jenis-jenis kemasan, serta prinsip dasar desain kemasan yang menarik. Selanjutnya, dilakukan pelatihan desain kemasan sederhana dengan memanfaatkan bahan yang mudah diperoleh dan biaya yang terjangkau. Siswa diajarkan cara memilih warna, bentuk, dan bahan kemasan yang sesuai dengan karakter produk.

Pada tahap berikutnya, dilakukan pendampingan dalam pembuatan kemasan produk. Siswa diberi kesempatan untuk merancang dan membuat kemasan produk mereka sendiri dengan bimbingan dari tim pengabdian. Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan bahwa siswa mampu menghasilkan kemasan yang menarik dan sesuai dengan standar dasar pemasaran. Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap hasil karya siswa serta diskusi untuk mengetahui kendala yang dihadapi selama proses pembuatan kemasan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan siswa dalam membuat kemasan produk. Sebelum kegiatan dilakukan, sebagian besar siswa menggunakan kemasan sederhana tanpa memperhatikan aspek estetika dan fungsi pemasaran. Namun, setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, siswa mulai mampu menghasilkan kemasan yang lebih menarik dan memiliki nilai jual.

Perubahan yang terjadi tidak hanya pada aspek keterampilan, tetapi juga pada aspek kreativitas dan sikap kewirausahaan. Siswa menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam merancang kemasan serta mulai memahami pentingnya inovasi dalam pengembangan produk. Hal ini menunjukkan bahwa pendampingan yang dilakukan mampu meningkatkan kesadaran siswa terhadap pentingnya kemasan dalam bisnis.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Klimchuk dan Krasovec (2013) yang menyatakan bahwa desain kemasan yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung konsep kewirausahaan yang dikemukakan oleh Drucker (1985) bahwa inovasi merupakan faktor penting dalam menciptakan nilai tambah produk.

Dari sisi pendidikan, kegiatan ini memberikan kontribusi dalam pengembangan keterampilan praktis siswa yang relevan dengan dunia usaha. Siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga pengalaman langsung dalam mengembangkan produk. Namun demikian, terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan kegiatan, seperti keterbatasan bahan dan waktu, serta perbedaan tingkat kemampuan siswa. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan program.

Penutup

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMAN 2 Bangkinang Kota berhasil meningkatkan kemampuan siswa dalam membuat kemasan produk yang menarik dan bernilai jual. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membentuk sikap kreatif dan inovatif dalam kewirausahaan. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan usaha kecil perlu terus dikembangkan sebagai bagian dari pendidikan kewirausahaan di sekolah.

Daftar Pustaka

- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. Harper & Row.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy*. Penguin.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Packaging design*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship*. Pearson.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2021). Pendidikan kewirausahaan.
- OECD. (2020). Entrepreneurship education report.
- World Bank. (2021). Youth entrepreneurship development.
- UNESCO. (2019). Technical and vocational education report.
- European Commission. (2018). Entrepreneurship competence framework.