



Pelatihan Desain dan Packaging Produk bagi Siswa Ekonomi Lemah MTSN 2 Payakumbuh

Hary Yanto Jailani^{1✉}, Vicka Pramudya Putra², Dyah Puspita Sari³, Novi Yulanda Sari⁴, Muhammad Syahfitri⁵, Novfirman⁶, Febi Fitri⁷, Romy Aulia⁸, Azzukhruf Ariliusra⁹
Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, Indonesia^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}

E-mail : haryjailani@politanipyk.ac.id

Abstrak

Pelatihan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pelatihan Desain dan Pengemasan Produk untuk Siswa Ekonomi Lemah di MTsN 2 Payakumbuh" bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam bidang wirausaha, dengan fokus pada tema branding produk. Kegiatan ini dirancang untuk membantu siswa ekonomi lemah dalam mengembangkan usaha kecil-kecilan mereka dan meningkatkan taraf ekonomi. Pelatihan terdiri dari beberapa tahap yang mencakup pembekalan tentang wirausaha dan pentingnya branding produk, desain label produk, pencetakan label, praktik pengemasan sabun cuci piring, serta demo penggunaan produk dengan produk pembanding. Siswa diajarkan prinsip-prinsip desain yang efektif, seperti memilih warna, tipografi, dan elemen grafis yang tepat. Mereka juga belajar tentang berbagai teknik pengemasan yang baik dan aman. Selain itu, siswa diberikan kesempatan untuk mencetak label produk mereka sendiri dan melakukan praktik pengemasan sabun cuci piring. Puncak kegiatan adalah demo penggunaan produk, di mana siswa memperkenalkan produk mereka kepada pelanggan potensial dan membandingkannya dengan produk sejenis di pasaran. Selanjutnya, siswa diberikan kesempatan untuk menjual produk mereka, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Pelatihan ini diharapkan memberikan manfaat yang signifikan bagi siswa ekonomi lemah, membantu mereka menjadi wirausahawan yang sukses, dan meningkatkan taraf ekonomi mereka.

Kata Kunci: desain, pengemasan, siswa ekonomi lemah, pemberdayaan

Abstract

The community engagement training titled "Training on Design and Packaging of Products for Economically Disadvantaged Students at MTsN 2 Payakumbuh" aims to enhance the knowledge and skills of students in the field of entrepreneurship, with a focus on product branding. This activity is designed to assist economically disadvantaged students in developing their small-scale businesses and improving their economic status. The training consists of several stages, including an introduction to entrepreneurship and the importance of product branding, product label design, label printing, practice in packaging dishwashing soap, and product demonstration with comparative products. Students are taught effective design principles such as color selection, typography, and appropriate graphic elements. They also learn various techniques for good and safe packaging. Moreover, students are given the opportunity to print their own product labels and engage in practical packaging exercises for dishwashing soap. The culmination of the training is a product demonstration, where students introduce their products to potential customers and compare them with similar products in the market. Furthermore, students are provided with the chance to sell their products, either through direct sales or social media platforms. This training is expected to deliver significant benefits to economically disadvantaged students, empowering them to become successful entrepreneurs and improve their economic standing.

Keywords: design, packaging, economically disadvantaged students, empowerment

Copyright (c) 2023 Hary Yanto Jailani, Vicka Pramudya Putra, Dyah Puspita Sari, Novi Yulanda Sari, Muhammad Syahfitri, Novfirman, Febi Fitri, Romy Aulia, Azzukhruf Ariliusra

✉ Corresponding author

Address : Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, Tanjung Pati

Email : Novfirman@politanipyk.ac.id

DOI : <https://doi.org/10.31004/abdidas.v4i4.816>

ISSN 2721- 9224 (Media Cetak)

ISSN 2721- 9216 (Media Online)

PENDAHULUAN

Pelatihan desain dan pengemasan produk bagi siswa ekonomi lemah di MTsN 2 Payakumbuh dilatarbelakangi oleh masalah ekonomi yang dihadapi oleh para siswa tersebut. Keterbatasan ekonomi menghambat kemampuan mereka untuk melanjutkan pendidikan tinggi dan membatasi peluang kerja di masa depan.(Purnaningrum et al., 2022; Ratnasari & Pasca Arnu, 2022) Selain itu, siswa-siswa ini sering kali kurang memiliki keterampilan dan pengetahuan wirausaha yang diperlukan untuk membuka usaha kecil-kecilan atau menciptakan penghasilan. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan yang mendesak untuk mengatasi masalah ini dan memberikan pelatihan yang diperlukan guna meningkatkan peluang ekonomi mereka(Ratnasari & Pasca Arnu, 2022). Ada beberapa poin yang menjadi tolok ukur yakni Pertama, tingginya tingkat siswa ekonomi lemah yang berada disekitar sekolah di MTsN 2 Payakumbuh menunjukkan adanya kesenjangan ekonomi yang signifikan di antara siswa-siswa tersebut. Keterbatasan ekonomi ini menjadi hambatan dalam mengakses kesempatan pendidikan dan pembangunan keterampilan yang diperlukan untuk mempersiapkan mereka dalam dunia kerja. Kedua, siswa-siswa ekonomi lemah ini sering kali menghadapi kesulitan dalam mengembangkan usaha kecil-kecilan. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan wirausaha yang diperlukan dalam merancang, mengemas, dan memasarkan produk mereka menjadi kendala yang serius. Tanpa pemahaman yang memadai tentang desain produk

yang menarik dan strategi pengemasan yang efektif, produk-produk mereka sulit bersaing di pasaran yang semakin kompetitif.(Almaududi Nur Ahmas & Ratnasari, 2022; Almira Devita Putri, 2023) Selain itu, masyarakat juga menghadapi masalah dalam hal pemahaman tentang pentingnya branding produk. Siswa-siswa ekonomi lemah sering kali tidak menyadari bahwa branding yang kuat dapat memberikan nilai tambah pada produk mereka dan membantu membedakan produk mereka dari pesaing di pasar. Akibatnya, mereka tidak dapat memanfaatkan potensi penuh produk mereka dan mungkin mengalami kesulitan dalam memasarkan dan menjual produk dengan harga yang kompetitif.(Najib et al., 2022; Supriyadi, 2022).

Sehingga beberapa fakta yang melatarbelakangi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini antara lain tingginya tingkat siswa ekonomi lemah di MTsN 2 Payakumbuh, kurangnya akses mereka terhadap pelatihan wirausaha, serta minimnya pengetahuan tentang desain dan pengemasan produk yang menarik. Selain itu, keberhasilan usaha kecil-kecilan mereka terkendala oleh kurangnya pemahaman tentang branding produk dan pengemasan yang baik. Semua faktor ini menyebabkan rendahnya taraf ekonomi siswa-siswa tersebut dan perlu adanya intervensi melalui pelatihan yang tepat.(Arfian et al., 2021; Wiliani et al., 2021).

Sejauh ini, belum terdapat upaya yang spesifik dilakukan oleh pihak lain dalam mengatasi masalah ini di MTsN 2 Payakumbuh. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini

menjadi langkah awal untuk memberikan solusi yang diperlukan bagi siswa-siswa ekonomi lemah melalui pelatihan desain dan pengemasan produk.

Maka tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, Berdasarkan Poin Berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa ekonomi lemah di MTsN 2 Payakumbuh dalam bidang desain dan pengemasan produk.
2. Mendorong pengembangan usaha kecil-kecilan siswa-siswa tersebut dengan meningkatkan branding produk dan pengemasan yang menarik.
3. Meningkatkan taraf ekonomi siswa ekonomi lemah melalui peningkatan penjualan produk yang lebih baik.
4. Memberikan peluang dan keterampilan wirausaha kepada siswa-siswa untuk menciptakan penghasilan mandiri dan meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola usaha.

Menginspirasi siswa-siswa untuk memanfaatkan potensi kreativitas mereka dalam mendesain produk yang menarik dan kompetitif di pasar.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam pelatihan desain dan pengemasan ini melibatkan berbagai pendekatan yang interaktif.(Prasetya1 et al., 2020) Selama pelatihan, metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, tanya jawab, dan demonstrasi. Kombinasi metode ini bertujuan untuk

memberikan pemahaman yang komprehensif kepada para siswa. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan pemaparan materi oleh para fasilitator yang terampil dalam bidang desain dan pengemasan produk. Materi ini akan mencakup prinsip-prinsip dasar desain, strategi branding, teknik pengemasan yang efektif, dan penggunaan label yang tepat. Para siswa akan diberikan penjelasan mendalam tentang pentingnya elemen-elemen ini dalam menciptakan produk yang menarik dan bersaing di pasar. Selanjutnya, praktik langsung akan dilakukan di lab komputer sekolah. Media yang digunakan, seperti LCD proyektor, akan membantu visualisasi dan pemahaman siswa tentang berbagai konsep desain dan pengemasan produk. Selain itu, demonstrasi langsung akan diberikan untuk jenis-jenis packaging yang sering digunakan dan label yang umum digunakan dalam industri. Hal ini bertujuan agar siswa dapat mengenal dan memahami penggunaan yang tepat dari setiap elemen tersebut. Penting untuk dicatat bahwa fokus pelatihan kali ini adalah pada produk sabun cuci buatan sekolah, yang merupakan hasil dari pengabdian sebelumnya. Oleh karena itu, kegiatan ini merupakan tindak lanjut atau kegiatan pengabdian berkelanjutan di MTsN 2 Payakumbuh. Dengan menggunakan produk yang telah ada sebagai contoh, siswa akan dapat memahami proses desain dan pengemasan dengan lebih konkret. Mereka akan diberikan kesempatan untuk melihat dan merasakan secara langsung bagaimana produk yang baik dan menarik dapat meningkatkan daya tarik dan penjualan. Dengan pendekatan yang

interaktif dan penggunaan metode yang beragam, diharapkan pelatihan ini dapat memberikan dampak yang signifikan bagi siswa-siswa ekonomi lemah di MTsN 2 Payakumbuh. Mereka akan memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk merancang, mengemas, dan memasarkan produk secara efektif. Selain itu, kegiatan pengabdian berkelanjutan ini juga dapat mendorong siswa-siswa untuk melanjutkan usaha kecil-kecilan mereka dan meningkatkan taraf ekonomi secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan "Desain dan Pengemasan Produk untuk Siswa Ekonomi Lemah di MTsN 2 Payakumbuh" menunjukkan antusiasme yang tinggi dari siswa-siswa yang terlibat. Dalam pelatihan ini, berhasil dihasilkan sebanyak 750 botol kemasan sabun cuci tangan yang menarik. Selama proses pengabdian kepada masyarakat, hampir separuh dari total produksi telah terjual. Hal ini menjadi bukti bahwa produk yang dihasilkan memiliki potensi pasar yang baik. Salah satu faktor yang mendorong tingginya minat penjualan adalah adanya keterlibatan orang tua siswa dalam menyaksikan proses pengabdian. Dengan melihat langsung keterampilan dan produk yang dihasilkan oleh anak-anak mereka, orang tua menjadi lebih percaya dan tertarik untuk mendukung usaha mereka. Selain itu, kepala sekolah juga berkomitmen untuk mendukung siswa-siswa dengan menyediakan galeri sekolah sebagai tempat untuk memamerkan dan mendistribusikan karya-karya mereka. Hal ini

memberikan kesempatan siswa untuk mendapatkan eksposur yang lebih luas dan meningkatkan peluang penjualan produk mereka. (Gambar 1).



Gambar 1. Pembekalan Materi tentang produk *branding* dan desain



Gambar 2. Proses Desain dan Pengemasan dan Uji *Quality Control* Produk dengan membandingkan dengan sabun cuci piring yang sudah terkenal



Gambar 3. Pembukaan stand sekaligus *launching* produk MATS 2 KONAGA, sekaligus latihan *manjojo* produk yang akhirnya resmi terjualnya produk buatan siswa.

Kemudian melalui rembuk bersama antara guru pendamping dan siswa, dilakukan peluncuran

resmi produk sabun cuci dengan merek "MaTS 2 Konaga". Merek ini dipilih dengan mempertimbangkan aspek kreativitas dan daya tarik bagi konsumen. Produk ini tidak diluncurkan melalui acara besar, namun dipajang di depan sekolah ketika pulang sekolah agar dapat dilihat oleh masyarakat secara langsung. Selain itu, dilakukan juga kegiatan promosi untuk produk sabun cuci "MaTS 2 Konaga" ini. Guru pendamping dan siswa bekerja sama dalam mendistribusikan sampel produk kepada masyarakat sekitar, baik secara langsung maupun melalui media sosial (Gambar 3).

Hasil wawancara dengan guru-guru menunjukkan dukungan mereka terhadap kelanjutan kegiatan ini dan harapan untuk melaksanakan kegiatan serupa di masa mendatang. Mereka memahami betapa pentingnya memberikan kesempatan kepada siswa-siswa untuk mengembangkan keterampilan wirausaha dan memperoleh pengalaman nyata dalam merancang dan mengemas produk. Guru-guru juga memberikan bimbingan dan arahan kepada siswa dalam menjalankan kegiatan promosi ini, sehingga mereka dapat mengasah keterampilan komunikasi dan wirausaha mereka. Selain itu, hasil wawancara dengan pengurus mushalla menunjukkan dukungan mereka terhadap kegiatan ini. Mereka menyatakan bahwa kegiatan yang memiliki dampak positif seperti ini seharusnya juga diperluas dan digalakkan untuk remaja di lingkungan masjid. Mengingat sabun cuci adalah produk yang digunakan secara rutin dalam kehidupan sehari-hari, kebutuhannya tetap stabil.

Oleh karena itu, penting untuk terus mendorong dan menggalakkan kegiatan serupa di masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari ini.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan kegiatan ini menunjukkan antusiasme tinggi dari siswa-siswa yang terlibat, dukungan dari orang tua siswa, kepala sekolah, guru-guru, dan pengurus mushalla. Peluncuran produk sabun cuci dengan merek "MaTS 2 Konaga" serta kegiatan promosi yang dilakukan membuktikan adanya upaya nyata untuk mengembangkan keterampilan wirausaha siswa dan meningkatkan taraf ekonomi mereka. Melalui pelaksanaan kegiatan ini, diharapkan siswa-siswa dapat terus berinovasi dan mengembangkan produk-produk kreatif yang memiliki nilai jual di pasaran, serta mampu memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ekonomi lokal.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan "Desain dan Pengemasan Produk untuk Siswa Ekonomi Lemah di MTsN 2 Payakumbuh" adalah bahwa pelatihan tersebut berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam bidang wirausaha, khususnya dalam tema branding produk. Siswa-siswa menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti pelatihan dan berhasil menghasilkan 750 botol kemasan sabun cuci tangan yang menarik. Selain itu, hampir separuh dari total produksi telah terjual, menunjukkan adanya potensi pasar yang baik. Dalam pelaksanaan kegiatan, terdapat dukungan yang signifikan dari orang tua siswa, kepala sekolah, guru-guru, dan

pengurus mushalla. Hal ini menunjukkan komitmen dan kesadaran akan pentingnya memberikan kesempatan kepada siswa-siswa untuk mengembangkan keterampilan wirausaha mereka. Peluncuran produk sabun cuci dengan merek "MaTS 2 Konaga" dan kegiatan promosi yang dilakukan juga merupakan langkah positif dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat luas. Saran untuk kegiatan selanjutnya adalah memperluas jangkauan kegiatan ini, baik melalui kolaborasi dengan lembaga atau instansi terkait, maupun dengan melibatkan lebih banyak siswa dan sekolah lainnya. Dengan melibatkan lebih banyak pihak, pelatihan dapat mencapai lebih banyak siswa yang membutuhkan, sehingga manfaat yang diberikan dapat lebih luas dan berkelanjutan. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi dan pemantauan terhadap usaha kecil-kecilan yang telah didirikan oleh siswa-siswa sebagai hasil dari pelatihan ini. Dukungan dan bimbingan lanjutan perlu diberikan agar usaha-usaha tersebut dapat terus berkembang dan berhasil di pasar. Selain itu, perlu juga terus mendorong siswa-siswa untuk terlibat dalam kegiatan serupa yang memberikan pengalaman nyata dalam dunia wirausaha. Dengan melanjutkan dan mengembangkan kegiatan ini, diharapkan dapat tercipta generasi muda yang memiliki keterampilan wirausaha yang baik, mampu berinovasi, dan meningkatkan taraf ekonomi mereka sendiri serta masyarakat sekitar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada para siswa yang telah menunjukkan antusiasme dan dedikasi mereka

dalam mengikuti pelatihan ini. Terima kasih juga kepada orang tua siswa yang memberikan dukungan dan motivasi yang tak tergantikan. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada kepala sekolah, guru pendamping, dan pengurus mushalla atas komitmen dan bimbingan mereka dalam menjalankan kegiatan ini. Tidak lupa kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam kelancaran acara ini. Sumber dana merupakan kontribusi kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara mandiri dan swadaya dari 9 (sembilan) orang dosen baru CPNS Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh yang juga merupakan instruktur dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Almaududi Nur Ahmas, A., & Ratnasari, I. (2022). Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang. Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan. Vol 6, No 1. Pg 124-128.
- Almira Devita Putri, B. P. E. S. (2023). Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. Journal Of Social Sciences And Technology For Community Service (Jsstcs), 4(1), 119–123.
- Arfian, A., Yoerani, A., Alvi Yana, A., & Siregar, J. (2021). Pelatihan Desain Produk Pemasaran Digital Pada Pemuda Karang Taruna Desa Cikarageman Selama Covid-19. Jurnal Aptekmas, Vol 4 No 3, 31-34.
- Najib, M. F., Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, & Neneng Nuryati. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) Sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk Umkm Di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6(1), 56–64.
- Prasetya, A. J., Laksono, Y. T., & Hidayat, W. (2020). Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm) Pengembangan Marketing Website Dan Desain Kemasan Pada Umkm Bumi Cipta Sejahtera Surabaya. Jurnal Pengabdian Masyarakat (Jpm17) , 5(1), 92–98.
- Purnaningrum, E., Rafikayati, A., & Dyatmika, S. W. (2022). Peningkatan Profitabilitas Wirausaha Disabilitas Di Era Digital Dengan Ketrampilan Desain Produk Dan Pemasaran Pada E-Commerce. Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6(1), 32.
- Ratnasari, I., & Pasca Arnu, A. (2022). Pelatihan Desain Kemasan Dan Pemasaran Pada Produk-Produk Umkm Di Kabupaten Karawang. Jurnal Abdimas Mandiri. Vol. 6 No. 1. 38-45.
- Supriyadi, A. C. I. S. I. R. (2022). Pelatihan Desain Grafis Pembuatan Flyer Produk Untuk Promosi Konten Media Sosial. Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi, 1(2), 9–15.
- Wiliani, N., Rachmalia Feta, N., Hesananda, R., Harsono No, J. R., & Minggu Jakarta Selatan, P. (2021). Pengenalan Desain Produk Dan Packaging Pada Umkm Karang Taruna Bogor. Abdiman Nusa Mandiri, 3(1), 41–46.