

Peningkatan kompetensi branding: literasi desain label kemasan untuk optimalisasi produk kewirausahaan siswa SMAN 8 Surabaya

Miftahul Adi Suminto¹, Nurul Mustafida², Erida Herlina², Linda Purnama Sari³, Ari Cahya Puspitaningrum⁴, Falentino Putra Pratama¹

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknik & Desain, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Indonesia

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Indonesia

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Indonesia

⁴Program Sistem Informasi, Fakultas Teknik & Desain, Universitas Hayam Wuruk Perbanas, Indonesia

Penulis korespondensi : Miftahul Adi Suminto

E-mail : mitahul.adi@hayamwuruk.ac.id

Diterima: 20 Maret 2025 | Direvisi 14 Mei 2025 | Disetujui: 18 Mei 2025 | Online: 21 Mei 2025

© Penulis 2025

Abstrak

Kemampuan dalam literasi desain, khususnya dalam pembuatan label kemasan, menjadi aspek penting dalam mendukung branding dan pemasaran produk kewirausahaan siswa. Label kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya saing produk serta memperkuat identitas merek di pasar. Seiring dengan perkembangan industri kreatif dan digital, keterampilan desain grafis semakin diperlukan, terutama bagi siswa yang ingin mengembangkan usaha mandiri. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan yang berfokus pada literasi desain label kemasan guna membekali siswa dengan keterampilan teknis dan wawasan strategis dalam membangun citra produk yang profesional. Kegiatan ini ditujukan bagi siswa kelas 12 di SMAN 8 Surabaya yang memiliki minat dalam bidang kewirausahaan dan desain. Metode penelitian yang digunakan menggunakan *snowball throwing* dengan tiga aktifitas kegiatan seperti observasi, kegiatan inti (sosialisasi dan pendampingan), dan Evaluasi (*pre test*, *post test*, dan kurasi ide bisnis). Melalui pendekatan berbasis proyek, siswa diberikan pemahaman mengenai prinsip desain label kemasan yang efektif, elemen visual dalam *branding*, serta teknik digital dalam pembuatan desain kemasan yang menarik dan fungsional menyesuaikan kebutuhan produk. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi branding siswa dalam merencanakan perancangan desain label kemasan yang sesuai dengan target pasar. Luaran produk yang dihasilkan juga berupa prototipe desain kemasan sesuai dengan kebutuhan dari lima ide bisnis yang dirancang desain kemasannya dari hasil kompetisi ide bisnis BMC peserta. Dengan demikian, siswa tidak hanya mampu menciptakan produk yang lebih kompetitif, tetapi juga memiliki kesiapan dalam menghadapi tantangan industri kreatif di era digital guna memperkuat *entrepreneur skill* siswa kelas 12.

Kata kunci: literasi desain; *branding*; label kemasan; kewirausahaan; pemasaran.

Abstract

The ability in design literacy, especially in making packaging labels, is an important aspect in supporting branding and marketing of students' entrepreneurial products. Attractive and informative packaging labels can increase product competitiveness and strengthen brand identity in the market. Along with the development of the creative and digital industries, graphic design skills are increasingly needed, especially for students who want to develop independent businesses. Therefore, training is needed that focuses on packaging label design literacy to equip students with technical skills and strategic insights in building a professional product image. This activity is intended for grade 12 students at SMAN 8 Surabaya who are interested in entrepreneurship and design. The research method used is snowball throwing with three activity activities such as observation, core activities (socialization

and mentoring), and evaluation (pre-test, post-test, and curation of business ideas). Through a project-based approach, students are given an understanding of the principles of effective packaging label design, visual elements in branding, and digital techniques in creating attractive and functional packaging designs that suit product needs. The results of this activity are expected to improve students' branding competence in planning packaging label designs that are in accordance with the target market. The product output produced is also in the form of a prototype packaging design according to the needs of the five business ideas whose packaging designs are designed from the results of the BMC business idea competition participants. Thus, students are not only able to create more competitive products, but also have the readiness to face the challenges of the creative industry in the digital era in order to strengthen the entrepreneurial skills of class students. students.

Keywords: design literacy; branding; packaging labels; entrepreneurship; marketing.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kreatif dan digital saat ini memberikan peluang besar bagi generasi muda untuk mengembangkan produk kewirausahaan dengan daya saing tinggi. Dalam lanskap bisnis modern yang semakin kompetitif di era digital, kemampuan dalam membangun dan mengelola branding produk menjadi faktor krusial yang menentukan keberhasilan wirausaha (Setyawati dkk., 2024). Salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran produk adalah desain label kemasan yang menarik dan informatif. Label kemasan bukan hanya sekadar pembungkus, tetapi juga menjadi identitas merek yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk. Kemasan yang didesain dengan baik mampu meningkatkan persepsi nilai produk, membangun loyalitas pelanggan, serta memperluas jangkauan pemasaran di era digital. Saat ini Lulusan SMA yang mampu memahami industri kreatif dan digital, seperti pembuatan dan pemasaran konten visual yang mudah diunggah secara *online*, akan lebih mudah diterima di berbagai sektor industri yang mampu mengoptimalkan media pemasaran dengan kreativitas digital (Suminto & Arifianto, 2024). Sebab itu, pelatihan dititik beratkan pada pembelajaran yang mendukung aktifitas mata pelajaran di sekolah yaitu kewirausahaan, dimana siswa telah memiliki pengetahuan sebelumnya di bidang pembuatan produk bernilai jual. Pelatihan desain label kemasan digunakan sebagai penunjang luaran dari pembelajaran kwirausahaan di sekolah.

Di tingkat pendidikan menengah, khususnya bagi siswa kelas 12 yang tengah mempersiapkan diri untuk terjun ke dunia kerja atau melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi, keterampilan desain grafis dan branding menjadi kompetensi yang sangat relevan. Siswa yang memiliki minat di bidang kewirausahaan perlu memahami bagaimana mengoptimalkan tampilan produk mereka agar lebih kompetitif di pasaran. Dalam era persaingan bisnis yang semakin intens, para pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk yang mereka tawarkan, tetapi juga pada penguatan keunggulan kompetitif melalui elemen visual yang mendukung citra merek. Aspek-aspek seperti desain logo yang kuat dan kemasan produk yang menarik menjadi faktor penting dalam membangun daya tarik di pasar. Keunggulan visual ini bukan hanya berfungsi sebagai alat pembeda, tetapi juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai produk (Shahwar dkk., 2024). Dengan kata lain, selain kualitas produk yang terjaga, elemen visual branding yang efektif mampu menciptakan kesan pertama yang positif dan membangun loyalitas pelanggan. Dalam konteks ini, desain yang inovatif dan konsisten pada logo serta kemasan produk sangat berperan dalam membentuk identitas merek yang kuat dan mudah dikenali di pasar yang kompetitif (Irianto dkk., 2024).

Branding tidak hanya sekadar menciptakan identitas visual seperti logo atau kemasan, tetapi juga mencerminkan nilai, visi, dan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan strategi branding yang kuat, sebuah produk dapat lebih mudah dikenali, menarik perhatian pasar, serta membangun loyalitas pelanggan. Selain itu, branding yang efektif juga berperan dalam meningkatkan kredibilitas usaha dan memberikan daya saing yang lebih tinggi di tengah persaingan global. Oleh karena itu, para wirausahawan perlu memahami dan mengimplementasikan strategi branding secara optimal, baik

melalui media digital maupun strategi pemasaran konvensional, guna memperkuat posisi produk mereka di pasar. Oleh karena itu, literasi desain label kemasan menjadi aspek penting yang harus dikuasai guna menunjang branding dan pemasaran produk mereka. Tantangan di aspek pemasaran produk sering dihadapi oleh wirausahawan muda yang baru memulai bisnis dalam perancangan produk dan strategi pemasaran yang digunakan.

Generasi muda, terutama siswa SMA, memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai wirausahawan sukses di masa mendatang. Mereka memiliki kreativitas, energi, dan keterbukaan terhadap inovasi, yang merupakan modal utama dalam dunia bisnis. Namun, tantangan yang sering mereka hadapi adalah kurangnya pemahaman tentang pentingnya strategi branding dalam membangun identitas produk yang kuat. Banyak di antara mereka yang belum menyadari bahwa branding bukan hanya sekadar elemen visual, tetapi juga mencerminkan nilai dan karakter dari sebuah produk atau bisnis (Mahfirah dkk., 2023). Selain itu, keterbatasan keterampilan teknis dalam merancang logo dan kemasan yang menarik menjadi hambatan lain dalam menciptakan daya tarik produk di pasar yang kompetitif. Padahal, desain visual yang efektif dapat meningkatkan kesan profesionalisme dan membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya edukasi dan pelatihan yang terstruktur agar siswa SMA dapat memahami konsep branding secara lebih mendalam serta menguasai keterampilan desain yang relevan. Dengan pembekalan yang tepat, mereka tidak hanya mampu menciptakan produk yang berkualitas, tetapi juga dapat bersaing di dunia usaha dengan strategi pemasaran yang lebih efektif dan profesional.

Siswa SMA yang mengikuti program kewirausahaan tidak cukup hanya dibekali dengan teori dasar tentang bisnis dan manajemen, tetapi juga perlu mendapatkan keterampilan praktis yang dapat mendukung pengembangan usaha mereka secara nyata. Salah satu aspek penting yang harus dikuasai adalah kemampuan dalam menciptakan identitas visual yang kuat untuk produk yang mereka hasilkan. Identitas visual ini mencakup desain logo yang merepresentasikan nilai dan karakter bisnis serta kemasan yang menarik dan fungsional guna meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Putri dkk., 2023). Saat ini SMAN 8 Surabaya sebagai institusi pendidikan yang mendukung pengembangan kreativitas dan keterampilan wirausaha siswanya perlu membekali mereka dengan pemahaman mengenai prinsip desain kemasan, pemilihan elemen visual yang tepat, serta teknik produksi yang sesuai dengan standar industri. Selain itu, dengan meningkatnya penggunaan platform digital dalam pemasaran, siswa juga perlu memahami strategi digital branding agar produk mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Kemampuan dalam mendesain label kemasan yang profesional memberikan nilai tambah yang signifikan, tidak hanya dalam menciptakan kesan pertama yang positif, tetapi juga dalam membangun citra merek yang kredibel dan mudah dikenali. Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, visual branding yang efektif dapat menjadi faktor pembeda yang membantu produk lebih menonjol dibandingkan kompetitor. Oleh karena itu, pelatihan keterampilan desain grafis bagi siswa dalam program kewirausahaan sangat diperlukan agar mereka dapat mengembangkan produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki identitas visual yang mampu menarik minat pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar.

Sebelumnya penerapan pengembangan desain kemasan juga pernah dilaksanakan dalam penelitian Andi Ahmad (2023) tentang restrukturisasi desain kemasan Warung Coko-Cokko (Warcok) berdasarkan tepat guna material yang sebelumnya menggunakan kemasan plastik *polypropylene* dikombinasi dengan kertas minyak menjadi material pada kemasan baru dengan menggunakan *paperbowl* yang terbuat dari kemasan kertas yang lebih ramah lingkungan (Israr & Kamariah, 2023). Hal ini dilakukan guna memberikan solusi atas material sebelum redesign yang dinilai lebih mudah robek dan rawan menyebabkan kebocoran terhadap perlindungan produk didalamnya. Desain kemasan baru yang dihasilkan menunjukkan bahwa material kemasan baru dinilai mampu mencegah permasalahan yang ada pada kemasan lama, serta memiliki nilai fungsional yang praktis dan ergonomis yang mampu digunakan oleh pemilik usaha serta konsumen. Berdasarkan penelitian tersebut maka dalam perencanaan desain kemasan untuk ide bisnis yang diciptakan dan diterapkan oleh sekelompok siswa SMAN 8 Surabaya diinisiasi guna mewujudkan kesiapan bisnis dalam menghadapi persaingan pemasaran produk dalam hal desain kemasan. Orientasi perancangan menyesuaikan dengan analisis

kebutuhan struktur, dan material desain kemasan yang telah ditetapkan oleh siswa dalam tabel *BMC* yang dibuat dan diwujudkan dalam bentuk prototipe desain kemasan yang relevan dengan aspek fungsi, kepraktisan dan representasi dari wujud bisnis yang diciptakan oleh peserta.

Melalui Kegiatan Peningkatan Kompetensi Branding: Literasi Desain Label Kemasan untuk Optimalisasi Produk Kewirausahaan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan praktis kepada siswa kelas 12 dalam merancang label kemasan yang efektif dan menarik. Dengan adanya program ini, diharapkan siswa dapat mengembangkan keterampilan desain yang dapat diterapkan dalam usaha mereka, meningkatkan nilai jual produk, serta membangun *personal branding* sebagai wirausahawan muda yang kreatif dan inovatif. Dengan kompetensi tersebut, nantinya peserta akan lebih mudah mengimplementasikan materi yang diberikan pada konteks bisnis yang direncanakan oleh kelompok siswa dalam menciptakan ide bisnis. Hal tersebut difasilitasi oleh narasumber dan fasilitator dalam menemukan orientasi desain kemasan yang relevan dengan model bisnis yang digunakan oleh siswa berupa perancangan desain kemasan berdasarkan ide bisnis yang dikompetisikan selama pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan penyuluhan.

METODE

Program pengabdian masyarakat ini diselenggarakan dengan pendekatan sosialisasi yang melibatkan pendampingan aktif selama pemaparan materi oleh narasumber, diikuti dengan sesi diskusi interaktif bersama peserta (Suhardi & Nurazizah, 2024). Kegiatan ini secara khusus ditujukan bagi siswa kelas 12 SMAN 8 Surabaya sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman mereka mengenai topik yang disampaikan.

Pelaksanaan kegiatan ini bertempat di Auditorium SMAN 8 Surabaya dengan jumlah peserta sebanyak 325 siswa. Proses sosialisasi melibatkan berbagai pihak, termasuk 5 orang dosen dan 3 orang mahasiswa dari Fakultas Teknik & Desain serta Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Hayam Wuruk Perbanas. Adapun program studi yang turut berkontribusi dalam kegiatan ini mencakup Sarjana Desain Komunikasi Visual, Sistem Informasi, Akuntansi, dan Manajemen. Adapun tahapan pelaksanaan program meliputi:

Tabel 1. Metode Aktifitas Pengabdian Masyarakat

No.	Aktifitas	Keterangan
1.	Observasi	Pada tahap ini tim pengabdian masyarakat terdiri dari tim inti yaitu 6 orang dosen melaksanakan <i>FGD</i> bersama mitra yaitu Koordinator BK dan Wakil Kepala Sekolah Bidang Kehumasan dari SMAN 8 Surabaya tentang kebutuhan, rekomendasi, dan teknis pelaksanaan kegiatan pelatihan.
2.	Kegiatan Inti	a. Sosialisasi Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat memberikan materi seminar dan presentasi tentang kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan perencanaan bisnis dan literasi desain label kemasan produk b. Pendampingan Selama kegiatan ini, peserta didampingi dengan fasilitator dosen serta mahasiswa memberikan kesempatan kepada siswa untuk berdiskusi secara kelompok mengerjakan bagan dan rencana bisnis yang akan dibuat.
3.	Evaluasi	a. <i>Pre-test & Post-test</i> Pada sesi awal kegiatan, peserta dibuka dengan menyelesaikan <i>e-form</i> guna memantik pengetahuan dasar peserta tentang topik kegiatan dan mengukur kemampuan peserta dalam melaksanakan seminar pelatihan. b. Kurasi Ide Bisnis

No.	Aktifitas	Keterangan
		Pada sesi akhir kegiatan, peserta diminta untuk mempresentasikan ide bisnis dan penamaan produk guna mengevaluasi tentang penerapan strategi bisnis & pemahaman mengenai <i>product knowledge</i> yang diajukan oleh peserta.

Dalam pelaksanaannya, setiap peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi secara langsung dengan fasilitator yang berperan sebagai asisten narasumber. Guna peningkatan hasil belajar peserta maka dilakukan metode *snowball throwing* selama tiga siklus (Neliwati dkk., 2021). *Snowball throwing* dilaksanakan dengan tiga aktifitas yaitu, observasi, kegiatan sosialisasi dan pendampingan, serta ditutup dengan evaluasi *pre test*, *post test*, dan kurasi ide bisnis. Selain mendampingi jalannya seminar, fasilitator juga berperan dalam memberikan konsultasi dan bimbingan kepada peserta, terutama saat sesi literasi dan diskusi kelompok. Pendekatan ini bertujuan agar siswa tidak hanya memahami materi secara teori, tetapi juga dapat mengembangkan wawasan dan keterampilan praktis yang relevan dengan bidang yang didiskusikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada literasi desain label kemasan produk diadakan dengan tujuan meningkatkan kompetensi serta keterampilan guru dan siswa SMAN 8 Surabaya dalam bidang branding dan pemasaran visual. Program ini dilaksanakan dalam satu rangkaian kegiatan pada tanggal 1 Maret 2025, yang dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam serta pengalaman praktis terkait pentingnya desain kemasan dalam strategi bisnis. Kegiatan ini mencakup tiga aspek utama, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Metode Aktifitas Pengabdian Masyarakat

No.	Aktifitas	Dokumentasi Pendukung
1.	Literasi Desain Label Kemasan , yang bertujuan untuk membekali peserta dengan wawasan mengenai prinsip-prinsip dasar desain kemasan yang efektif, estetika visual, serta teknik komunikasi visual yang dapat meningkatkan daya tarik produk	
2.	Evaluasi Strategi Bisnis , yang mengajak peserta untuk menganalisis serta mengevaluasi efektivitas branding dan pemasaran produk berbasis kemasan, sehingga dapat meningkatkan daya saing di pasar	

Peningkatan kompetensi branding: literasi desain label kemasan untuk optimalisasi produk kewirausahaan siswa SMAN 8 Surabaya

No.	Aktifitas	Dokumentasi Pendukung
3.	Panduan Pembuatan Desain Label Kemasan Produk Kewirausahaan, yang memberikan bimbingan teknis dalam merancang label kemasan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga sesuai dengan standar industri dan kebutuhan pasar.	

Dengan adanya program ini, diharapkan peserta, terutama siswa yang memiliki minat di bidang kewirausahaan, dapat mengembangkan keterampilan yang dapat diterapkan dalam pengembangan produk mereka. Selain itu, kegiatan ini juga berperan dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya identitas visual dalam membangun citra merek yang kuat dan profesional di era digital.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Abdimas
(Sumber: Dokumentasi Tim Abdimas, 2025)

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan literasi desain label kemasan dan strategi bisnis ini mendapat respon yang sangat positif dari guru serta siswa-siswi SMAN 8 Surabaya. Setiap tahap kegiatan diikuti dengan antusias, terutama pada sesi diskusi yang melibatkan narasumber dan peserta, yang membahas hasil perancangan strategi bisnis yang telah disusun dalam bentuk *Business Model Canvas (BMC)*. Model ini disusun secara kolaboratif oleh peserta dalam kelompok, dan menjadi landasan diskusi untuk mengevaluasi aspek-aspek penting dari bisnis yang telah dijalankan oleh masing-masing kelompok. Sosialisasi ini juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperdalam pemahaman mereka tentang strategi bisnis yang relevan dengan model kewirausahaan yang mereka geluti.

Pelaksanaan pelatihan ini dimulai dengan tahap pertama, yaitu Literasi Desain Label Kemasan, yang dilakukan dengan pendekatan *case-based learning (CBL)*. Menurut Teece (2018), pendekatan berbasis kasus dalam pembelajaran memungkinkan peserta untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang pengelolaan bisnis dan pengambilan keputusan strategis, karena mereka dapat melihat penerapan teori dalam konteks dunia nyata (Teece, 2018). Dalam tahap ini, peserta diberikan kasus nyata yang berkaitan dengan model bisnis yang telah mereka jalankan dalam pembelajaran kewirausahaan. Kasus ini menyajikan tantangan praktis mengenai strategi branding dan desain kemasan yang telah diterapkan dalam produk mereka. Pendekatan CBL memungkinkan siswa untuk

Peningkatan kompetensi branding: literasi desain label kemasan untuk optimalisasi produk kewirausahaan siswa SMAN 8 Surabaya

belajar melalui pengalaman langsung dan menciptakan solusi berdasarkan situasi nyata, sehingga mereka lebih mudah menghubungkan teori dengan praktik.

Tahap kedua melibatkan peserta dalam evaluasi terhadap model bisnis yang telah mereka rancang sebelumnya di mata pelajaran kewirausahaan. Pada tahap ini, para peserta diminta untuk merefleksikan dan menganalisis kekuatan dan kelemahan dari model bisnis mereka, serta untuk membuat perbaikan berdasarkan masukan yang diterima selama pelatihan. Proses evaluasi ini dilakukan melalui seleksi dan kurasi oleh fasilitator, di mana hanya model bisnis yang memenuhi kriteria teknis tertentu yang akan dipilih untuk didalami lebih lanjut. Kriteria ini mencakup berbagai aspek dari *Business Model Canvas (BMC)*, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, serta aliran pendapatan. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) dalam bukunya *Business Model Generation* menyatakan bahwa penggunaan *Business Model Canvas (BMC)* sebagai alat untuk merancang dan mengevaluasi model bisnis sangat efektif untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai komponen-komponen penting yang membentuk keberhasilan suatu usaha (Osterwalder & Pigneur, 2010). Adapun model bisnis yang terpilih menyesuaikan dengan beberapa poin teknis *business model canvas (BMC)* yang dijalankan mengacu pada *value proposition bussiness*, yang dapat digunakan untuk konsepsi rencana perancangan desain label kemasan, yaitu sebagai berikut (Tabel 3):

Tabel 3. Model Bisnis & Strategi

No.	Rencana Nama Usaha	Produk	Value Proposition Bussiness
1.	DM ala ViaHot	Dimsum Mentai (Oleh kelas XII-3)	Camilan dengan harga terjangkau, rasa yang enak, sehat, dan <i>Hot</i> (Panas)
2.	Crispy Chick Steak	Steak Ayam Kemasan Praktis (Oleh kelas XII-1)	a. <i>Chicken Steak crispy</i> dengan harga terjangkau b. Porsi besar dan saus <i>homemade</i> spesial c. Bisa <i>request</i> tingkat kepedasan dan tambah <i>topping</i> d. Kemasan praktis untuk makan ditempat atau dibawa pulang e. <i>Fast response</i> untuk kritik dan saran
3.	Porang Fit	Nasi Beras Porang Siap Saji (Oleh kelas XII-5, XII-10, XII-11)	a. Alternatif nasi rendah kalori dan tinggi serat b. Produk alami tanpa pengawet c. Kemasan praktis dan siap saji d. Cocok untuk diet dan penderita diabetes
4.	Tanah Hitam	Biji Kopi Pilihan (Oleh kelas XII-12)	a. Kopi premium dengan cita rasa khas b. Kemasan ramah lingkungan c. Mendukung petani kopi lokal d. Harga kompetitif dengan kualitas terbaik
5.	Batik Nusantara	Baju & Kain Batik (Oleh kelas XII-2)	a. Batik berkualitas tinggi dengan motif b. Produk eksklusif buatan tangan

Tahap ketiga dalam pelaksanaan pelatihan adalah pemberian panduan perancangan desain label kemasan untuk salah satu produk yang dipilih dari lima model bisnis terpilih yang telah disusun peserta. Panduan ini bertujuan untuk membantu siswa merancang label kemasan yang sesuai dengan strategi merek (*brand strategy*), khususnya dalam menyesuaikan dengan *value proposition* merek yang mereka kembangkan. Dengan adanya panduan tersebut, diharapkan siswa tidak hanya memperoleh keterampilan dalam merancang desain label kemasan, tetapi juga dapat memahami bagaimana desain tersebut berfungsi untuk mendukung identitas visual merek secara lebih menyeluruh. Panduan perancangan desain ini diberikan melalui materi yang dapat diakses oleh siswa dalam bentuk e-book yang tersedia di tautan <https://intip.in/PanduanDesainLabelKemasanSMAN8>, yang memudahkan mereka dalam merencanakan label desain kemasan yang relevan dan sesuai dengan strategi merek yang telah ditetapkan.



Gambar 2. Cuplikan Panduan Perencanaan Desain Kemasan
(Sumber: Dokumentasi Tim Abdimas, 2025)

Melalui kegiatan ini, diharapkan para peserta pelatihan dapat menguasai tidak hanya aspek desain visual produk, tetapi juga mampu merancang dan mengevaluasi model bisnis yang lebih komprehensif dan siap diterapkan dalam konteks kewirausahaan mereka. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang branding dan perancangan label kemasan yang efektif, mereka akan dapat membangun identitas produk yang kuat dan menonjol di pasar.

Namun, dalam pelaksanaan sosialisasi ini, ditemukan beberapa masalah terkait dengan produk kewirausahaan yang dikerjakan siswa dalam penugasan kelas. Banyak siswa belum menyusun strategi bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip dalam *Business Model Canvas (BMC)*, serta belum merencanakan desain label kemasan yang dapat mendukung *branding* dan memperkuat *visual identity awareness* produk mereka. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun siswa telah memulai proyek kewirausahaan di kelas, mereka belum sepenuhnya memahami bagaimana *BMC* dapat menjadi acuan dalam merancang strategi bisnis yang solid dan menyusun elemen-elemen desain yang mendukung citra merek mereka.

Selama pelatihan, terungkap bahwa banyak peserta yang belum sepenuhnya memahami manfaat *Business Model Canvas (BMC)* sebagai alat untuk merancang dan mengelola bisnis, serta bagaimana desain label kemasan berperan penting dalam memperkuat pengelolaan dan branding produk. Oleh karena itu, penting untuk menekankan pentingnya pemahaman terhadap *BMC* dan desain label kemasan pada sesi pemberian materi, penugasan kelompok, dan *focus group discussion (FGD)*.

Tahap pemberian materi peserta memperoleh pemaparan berupa perancangan stiker digital. Pada Tabel 4 dijelaskan tentang indikator capaian literasi yang ditargetkan oleh Tim Abdimas dengan mempertimbangkan kemampuan peserta siswa-siswi SMAN 8 Surabaya.

Tabel 4. Indikator Capaian Literasi Perencanaan Desain Kemasan

No.	Literasi	Indikator Capaian	Luaran
1.	Hal-hal yang harus diperhatikan dalam label	Peserta mampu memahami pentingnya keberadaan desain label kemasan	Definisi desain maskot/karakter fundamental
2.	Keterangan yang harus tercantum dalam label	Peserta mampu menjelaskan peran desain label kemasan pada produk sebagai informasi yang perlu diketahui konsumen	Studi kasus penerapan desain maskot yang berhasil sebagai perwajahan media promosi
3.	Pencetakan Label Kemasan	Peserta mampu mempraktekan membuat konsep desain label kemasan yang sesuai dengan panduan	Produk berupa desain maskot/karakter dan simulasi gestur gerak animasi berekstensi <i>file png</i> .

Peningkatan kompetensi branding: literasi desain label kemasan untuk optimalisasi produk kewirausahaan siswa SMAN 8 Surabaya

Selama pelaksanaan sosialisasi, materi tentang pembuatan desain label kemasan telah disampaikan kepada peserta, dengan fokus pada proses perancangan yang dimulai dari **rough sketch** atau sketsa kasar. Siswa-siswi diberi target untuk merancang label kemasan produk kewirausahaan mereka dalam bentuk sketsa awal, yang kemudian dilanjutkan dengan sesi pendampingan bersama tim fasilitator yang terdiri dari dosen dan mahasiswa. Pendampingan ini bertujuan untuk mengarahkan peserta dalam mentransformasikan desain mereka menjadi bentuk digital dengan menggunakan perangkat lunak desain grafis. Beberapa produk yang dirancang selama pelatihan ini meliputi: 1) Produk Dimsum Mentai dengan label kemasan "DM Ala ViaHOT"; 2) Produk Steak Ayam Kemasan Praktis dengan label kemasan "Crispy Chicken Steak"; 3) Produk Nasi Beras Porang Siap Saji "Porang Fit"; 4) Produk Biji Kopi Pilihan dengan label kemasan "Tanah Hitam"; 5) Produk Baju & Kain Batik dengan label "Batik Nusantara".

Untuk mendukung proses desain digital, penggunaan *Adobe Illustrator (AI)* sangat penting karena aplikasi ini memungkinkan peserta untuk menghasilkan gambar berbasis vektor, yang ideal untuk desain dengan kualitas resolusi tinggi dan ukuran file yang relatif kecil (Wisnu Putra Wijaya, 1970). Gambar vektor yang dihasilkan menggunakan *AI* sangat bermanfaat sebagai aset visual yang dapat digunakan dalam desain elemen grafis untuk kemasan, khususnya pada label kemasan yang sederhana namun menarik.

Selain *Adobe Illustrator*, *Adobe Photoshop (PS)* juga digunakan dalam pelatihan ini sebagai perangkat lunak pengolah gambar bitmap. Photoshop memiliki berbagai fitur canggih yang dapat digunakan untuk kompresi gambar, konversi format, serta modifikasi gambar secara profesional (Suwarno & Gautama, 2022). Dengan menggunakan Photoshop, peserta dapat mengolah dan menyesuaikan elemen visual seperti kontras, saturasi, skala, dan resolusi (dpi), serta memodifikasi gambar alternatif untuk menciptakan variasi desain yang sesuai dengan kebutuhan kemasan mereka. Penggunaan *Photoshop* ini memungkinkan peserta untuk melakukan kustomisasi desain dengan lebih fleksibel, memberikan ruang bagi kreativitas mereka dalam merancang kemasan produk yang menarik dan profesional.

Pemilihan perangkat lunak ini juga disesuaikan dengan kemampuan fasilitas yang ada di laboratorium TIK SMAN 8 Surabaya, yang sudah dilengkapi dengan software desain grafis yang mendukung pengolahan gambar dan pembuatan desain kemasan secara digital. Dengan pelatihan ini, diharapkan siswa dapat menguasai keterampilan teknis dalam desain kemasan yang tidak hanya memperkuat aspek visual produk, tetapi juga meningkatkan kemampuan mereka untuk memasarkan produk dengan lebih efektif di dunia kewirausahaan.

Penggunaan perangkat lunak atau platform yang relevan selama pelatihan desain label kemasan memberikan kemudahan operasional bagi peserta dalam menjalankan setiap tahap proses pelatihan (Suminto dkk., 2024). *Software* tersebut berfungsi sebagai alat utama yang mendukung peserta dalam merancang label kemasan dengan lebih terstruktur dan efisien. Proses pembelajaran dan tahapan pembuatan desain label kemasan dilalui melalui rangkaian materi yang disampaikan oleh pemateri. Hal ini memungkinkan fasilitator untuk terus memantau perkembangan peserta dan memberikan arahan yang diperlukan secara langsung, sehingga komunikasi antara peserta dan narasumber dapat terjalin dengan lebih efektif.

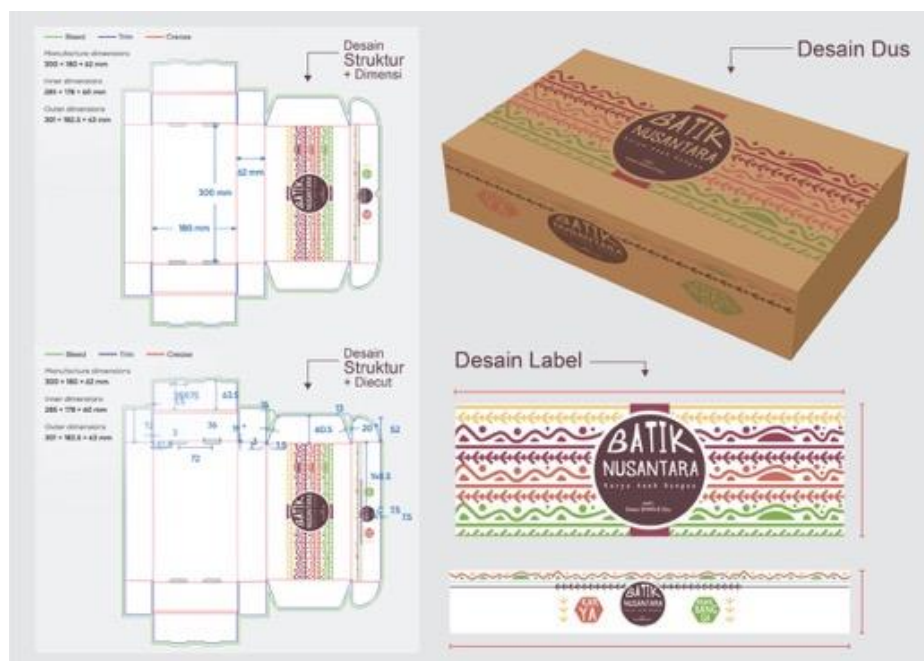
Penggunaan perangkat lunak atau *platform* yang relevan selama pelatihan desain label kemasan memberikan kemudahan operasional bagi peserta dalam menjalankan setiap tahap proses pelatihan. *Software* tersebut berfungsi sebagai alat utama yang mendukung peserta dalam merancang label kemasan dengan lebih terstruktur dan efisien. Proses pembelajaran dan tahapan pembuatan desain label kemasan dilalui melalui rangkaian materi yang disampaikan oleh pemateri. Hal ini memungkinkan fasilitator untuk terus memantau perkembangan peserta dan memberikan arahan yang diperlukan secara langsung, sehingga komunikasi antara peserta dan narasumber dapat terjalin dengan lebih efektif.

Dengan adanya sistem ini, fasilitator dapat segera memberikan umpan balik atau klarifikasi terhadap hasil kerja peserta, meminimalisir kemungkinan keterlambatan atau kesalahan akibat

miskomunikasi. Mengingat bahwa pelatihan ini berlangsung dalam waktu yang relatif singkat, prosedur yang terstruktur seperti ini sangat penting agar peserta dapat memperoleh manfaat maksimal dari setiap sesi pelatihan. Dalam upaya menjaga kelancaran pelaksanaan, peserta juga diberikan tugas mandiri yang harus diselesaikan selama pelatihan, sehingga mereka dapat mempraktikkan materi yang telah diberikan dan menunjukkan kemajuan dalam perancangan label kemasan mereka.

Penugasan ini dirancang dengan waktu pengerjaan yang terbatas, memberikan peserta kesempatan untuk mengaplikasikan apa yang telah dipelajari dalam periode yang singkat, sekaligus mendorong mereka untuk bekerja secara efisien. Hal ini sangat penting dalam konteks pelatihan berbasis keterampilan praktis, di mana kemampuan untuk menyelesaikan tugas dengan cepat dan tepat adalah kunci keberhasilan dalam dunia kewirausahaan dan industri kreatif. Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta dapat memperoleh pengalaman langsung yang berguna dalam pengembangan produk mereka dan dapat mengimplementasikan desain yang telah dipelajari dalam dunia nyata.

Berdasarkan pengembangan produk yang diinisiasi oleh peserta maka diberikan rekomendasi oleh narasumber dan fasilitator pelatihan berupa perancangan dengan kemasan dengan pendekatan budaya yang dimodifikasi secara kreatif sebagai nilai tambah dalam meningkatkan *strenght point* bisnis melalui desain kemasan yang ditawarkan oleh produk bisnis peserta. Menggunakan metode *snowball throwing* pada tahap hasil kurasi ide bisnis yang dikompetisikan oleh peserta selama pelatihan maka didapatkan lima ide bisnis yang diperoleh guna diberikan rekomendasi prototipe desain kemasan produk yang relevan dengan produk bisnis tersebut. Kelima bisnis yang telah dikurasi mengimplementasikan desain kemasan dengan klasifikasi elemen desain pada struktur, penggunaan material, dan kekuatan kontruksi material. Pendekatan budaya yang dimodifikasi mengikuti kesesuaian produk bisnis yang dilindungi oleh kemasan tersebut, sehingga elemen visual yang digunakan merepresentasikan nilai produk yang ada didalamnya (Xu, 2022).



Gambar 3. Desain Kemasan Produk “Batik Nusantara”.

(Sumber: Dokumentasi Tim Abdimas, 2025)

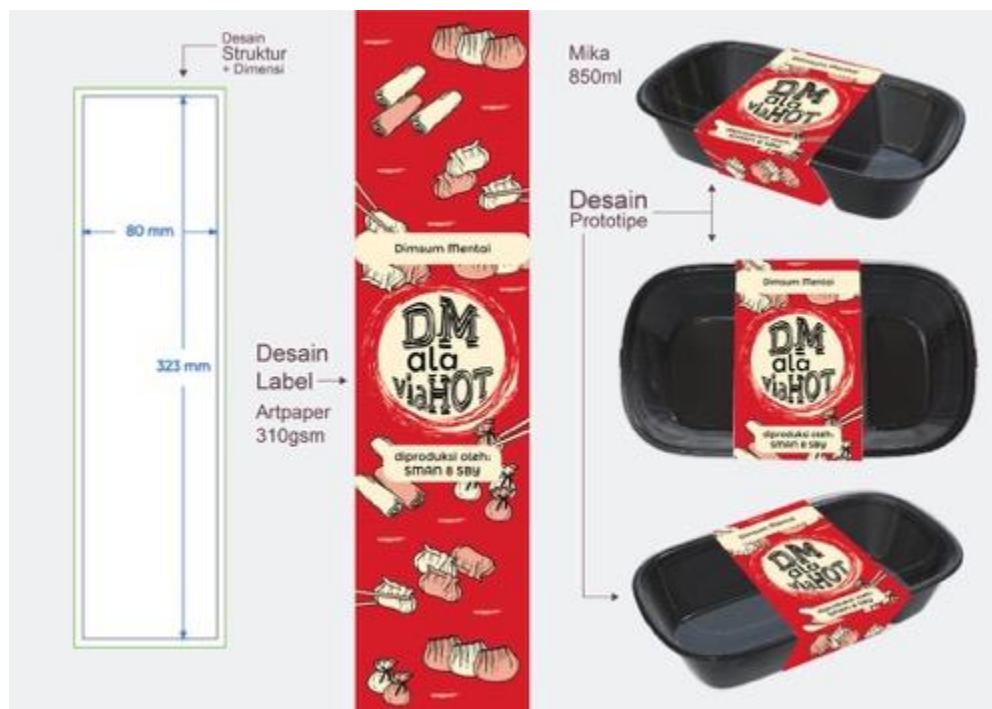
Desain kemasan untuk produk Baju & Kain Batik dengan label “Batik Nusantara” mengungkap konsep visual yang menggambarkan kekayaan budaya Indonesia melalui penggunaan motif batik yang khas. Desain kemasan ini terdiri dari dua bagian utama, yaitu desain struktur dan dimensi kemasan (bagian kiri) dan desain label kemasan (bagian kanan).

Pada bagian desain struktur dan dimensi kemasan, terdapat rincian tentang ukuran kemasan yang terdiri dari dimensi manufaktur (300 x 180 x 62 mm) dan dimensi luar (301 x 182.5 x 63 mm), serta dimensi bagian dalam (285 x 178 x 60 mm). Informasi ini mencakup garis *crease* (garis lipat), *trim*

(pemotongan), dan *bleed* (area yang lebih luas untuk menghindari area kosong setelah pemotongan). Desain ini dirancang dengan cermat untuk memastikan kemasan batik dapat membungkus produk dengan aman dan rapi, sekaligus memperlihatkan keindahan elemen desain.

Bagian kedua adalah desain label kemasan, yang menonjolkan motif batik dengan warna-warna alami seperti coklat, hijau, merah, dan kuning, yang melambangkan budaya Nusantara. Label ini memperkenalkan merek “Batik Nusantara” dengan font yang elegan di tengah, disertai dengan keterangan “Diproduksi Oleh: SMAN 8 Sby” yang menekankan nilai kebanggaan dan dukungan terhadap produk lokal. Desain label ini juga mengandung elemen grafis yang menggambarkan pola batik tradisional, memberikan kesan otentik dan tradisional pada produk.

Secara keseluruhan, desain kemasan ini menciptakan kesan yang elegan dan berkelas, mencerminkan kualitas tinggi dari produk batik yang disajikan. Penggunaan warna-warna hangat dan desain yang penuh dengan detail motif batik mempertegas identitas budaya Indonesia, menjadikan produk ini tidak hanya sekadar pakaian atau kain, tetapi juga simbol dari warisan budaya yang kaya. Kemasan ini bertujuan untuk menarik perhatian pasar, memberikan identitas yang kuat, dan memperkuat citra merek Batik Nusantara sebagai produk unggulan dengan nilai estetika dan budaya yang tinggi.



Gambar 4. Desain Kemasan Produk Dimsum Mentai dengan label kemasan “DM Ala ViaHOT”.
(Sumber: Dokumentasi Tim Abdimas, 2025)

Desain kemasan untuk produk Dimsum Mentai dengan label “DM Ala ViaHOT” mengusung konsep desain yang modern dan menarik, disesuaikan dengan karakteristik produk yang berfokus pada lezatnya dimsum dengan cita rasa mentai yang khas. Desain kemasan ini terdiri dari dua bagian utama, yaitu desain struktur dan dimensi kemasan (bagian kiri) dan desain label kemasan (bagian kanan).

Pada bagian desain struktur dan dimensi kemasan, terdapat rincian mengenai ukuran label kemasan yang dirancang untuk menutupi kemasan mika berkapasitas 850ml, dengan ukuran label 80 mm x 323 mm. Label ini dirancang menggunakan bahan *artpaper 310gsm*, yang memberikan kualitas tinggi dan ketahanan yang cukup baik terhadap kelembaban. Desain ini dioptimalkan untuk menempel dengan rapat pada kemasan mika yang digunakan, memberikan kesan profesional dan kemasan yang rapi.

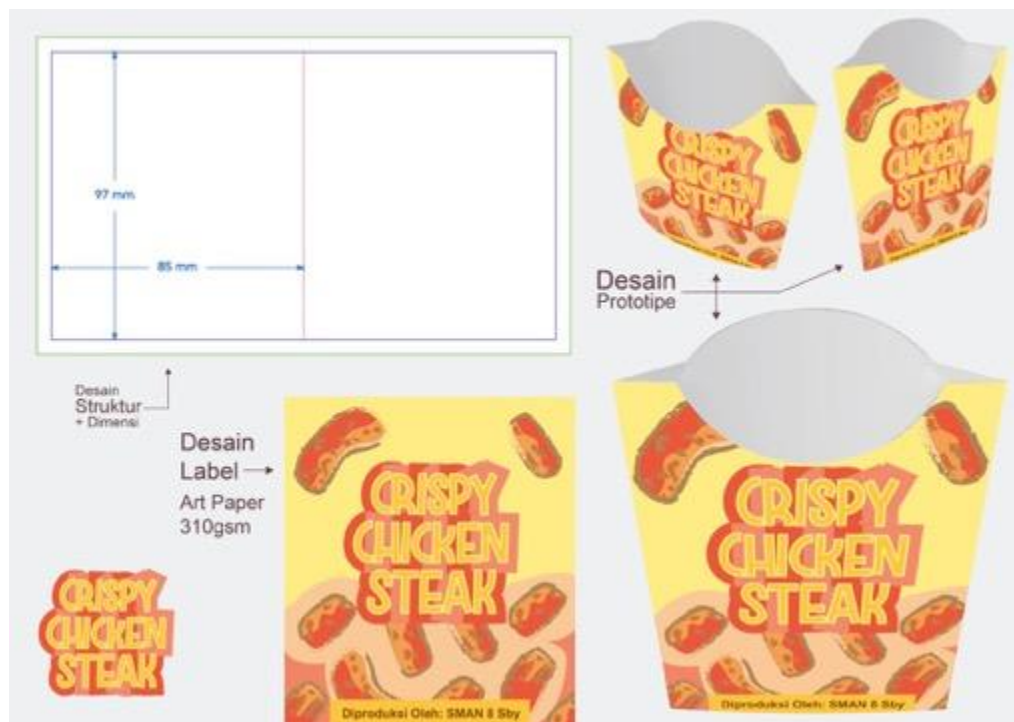
Pada bagian desain label kemasan, dominasi warna merah yang mencolok dipilih untuk menarik perhatian konsumen, dengan elemen grafis yang menggambarkan makanan seperti dimsum dan sushi

Peningkatan kompetensi branding: literasi desain label kemasan untuk optimalisasi produk kewirausahaan siswa SMAN 8 Surabaya

yang disajikan dengan stik sumpit. Teks "DM Ala ViaHOT" ditampilkan dengan font yang *bold dan playful*, menonjolkan keunikan produk yang mengusung sensasi panas (*hot*) dan mentai sebagai bahan utama. Di bawah logo terdapat keterangan "Diproduksi oleh SMAN 8 Surabaya", yang memberikan identitas produk sebagai hasil karya siswa SMAN 8 Surabaya.

Desain ini juga mengusung gaya ilustrasi yang kasual dan menarik, mencerminkan energi dan kreativitas anak muda yang menjadi target pasar produk ini. Dengan menggunakan warna yang kontras dan elemen visual yang menggambarkan produk secara jelas, desain ini tidak hanya fungsional dalam memberikan informasi, tetapi juga estetis, menciptakan kesan yang kuat di mata konsumen.

Secara keseluruhan, desain kemasan Dimsum Mentai "DM Ala ViaHOT" ini memberikan kesan modern, menarik, dan penuh dengan semangat, yang sesuai dengan karakter produk serta dapat memperkuat citra merek di pasar. Desain ini dirancang untuk memastikan produk mudah dikenali, sambil menunjukkan kualitas dan keunikannya sebagai produk kuliner khas dengan sentuhan kreativitas lokal.



Gambar 5. Desain Kemasan Produk Steak Ayam Kemasan Praktis dengan label kemasan "Crispy Chicken Steak". (Sumber: Dokumentasi Tim Abdimas, 2025)

Desain kemasan untuk Produk Steak Ayam Kemasan Praktis dengan label "Crispy Chicken Steak" mengusung konsep desain yang sederhana namun menarik, disesuaikan dengan tujuan produk yang praktis dan mudah diakses oleh konsumen. Desain kemasan ini terdiri dari dua bagian utama: desain struktur dan dimensi kemasan (bagian kiri) dan desain label kemasan (bagian kanan).

Pada bagian desain struktur dan dimensi kemasan, kemasan ini dirancang untuk ukuran label dengan dimensi 97 mm x 85 mm, dan menggunakan bahan *art paper 310gsm* yang memberikan ketahanan dan kualitas tinggi pada label. Desain kemasan ini memanfaatkan format *tapered* atau menyempit di bagian atas, menciptakan tampilan yang lebih dinamis dan mudah dipegang oleh konsumen. Bentuk kemasan yang praktis ini juga memudahkan dalam penyimpanan dan pengemasan, serta memberikan kenyamanan saat konsumen membeli dan mengonsumsinya.

Pada bagian desain label kemasan, dominasi warna kuning yang cerah dipilih untuk menarik perhatian konsumen, sementara ilustrasi gambar steak ayam yang digambarkan dengan warna oranye dan merah menonjolkan kesan renyah dan menggugah selera. Teks "Crispy Chicken Steak" ditulis dalam font yang *bold dan playful*, yang mencerminkan kesan modern dan menyenangkan. Label ini

juga menyertakan tulisan "Diproduksi Oleh SMAN 8 Surabaya" di bagian bawah untuk menunjukkan identitas produk yang merupakan hasil karya siswa SMAN 8 Surabaya.

Secara keseluruhan, desain kemasan Crispy Chicken Steak ini memiliki kesan yang segar, ceria, dan mudah dikenali. Penggunaan warna-warna cerah dan desain yang bersih serta ilustrasi yang menggambarkan produk secara jelas memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen, serta memberikan identitas yang kuat untuk produk. Desain ini bertujuan untuk menonjolkan kualitas praktis dari produk yang siap disajikan kapan saja, sambil menjaga kesan modern dan kreatif yang sesuai dengan pasar anak muda dan konsumen yang mencari kemudahan.



Gambar 6. Desain Kemasan Produk Nasi Beras Porang Siap Saji "Porang Fit".

(Sumber: Dokumentasi Tim Abdimas, 2025)

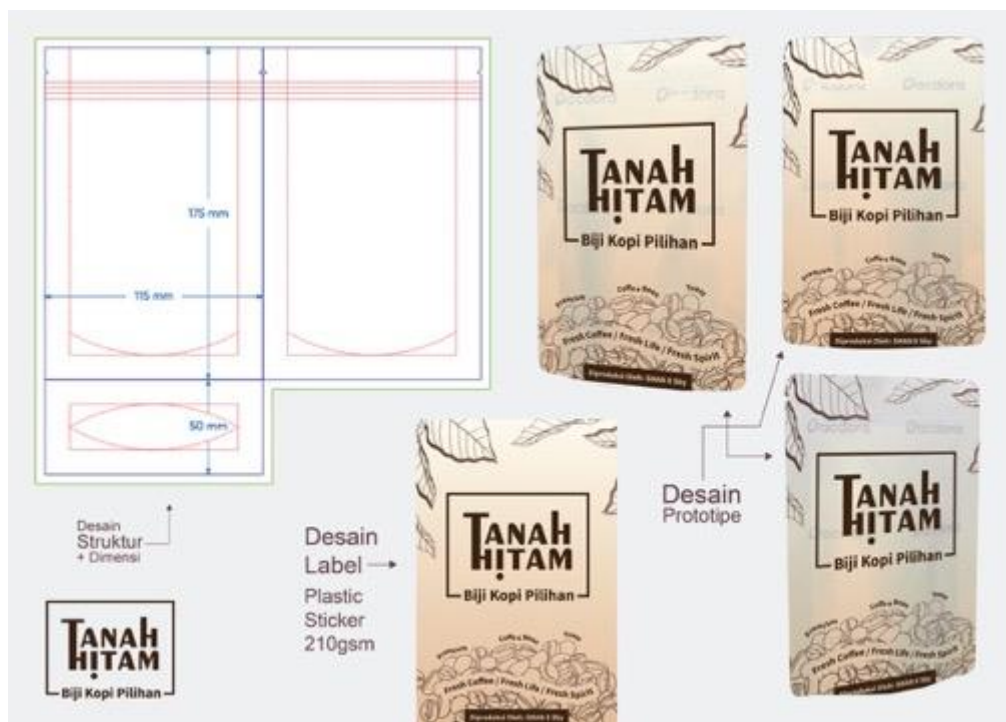
Desain kemasan untuk Produk Beras Porang Siap Saji dengan label "Porang Fit" dirancang dengan konsep yang modern, higienis, dan mencerminkan nilai kesehatan. Kemasan ini menggunakan wadah mika transparan berkapasitas 500 gram, yang memungkinkan konsumen melihat isi produk secara langsung, memberikan kesan transparansi dan kepercayaan terhadap kualitas produk.

Kemasan ini memiliki label berukuran 119 mm x 83 mm, yang dicetak pada *Bontax Sticker 210gsm*. Bahan ini dipilih karena daya rekatnya yang baik dan tampilannya yang profesional. Wadah mika dipilih sebagai kemasan utama karena tahan terhadap kelembapan dan menjaga kebersihan produk, sesuai dengan konsep makanan sehat dan siap saji. Label kemasan didominasi oleh warna hijau, yang merepresentasikan kesan alami, sehat, dan organik. Penggunaan gradasi hijau menciptakan tampilan yang segar dan menarik. Teks utama "PORANG FIT" ditampilkan dengan warna coklat dan oranye, yang memberikan kesan alami serta menonjolkan brand produk. Pada label juga terdapat ilustrasi semangkuk nasi porang dengan butiran beras di sekelilingnya, yang secara visual menunjukkan isi produk dan memberikan daya tarik bagi calon pembeli. Slogan "Siap Saji, Nikmat, Sehat" ditambahkan untuk menegaskan keunggulan produk sebagai alternatif nasi yang sehat dan rendah kalori. Di bagian bawah label, terdapat keterangan "Diproduksi oleh: SMAN 8 Surabaya", yang memberikan identitas produk sebagai hasil inovasi dari siswa SMAN 8 Surabaya, memperkuat nilai edukatif dan kreativitas dalam pengolahan pangan sehat.

Keunggulan Desain Kemasan ini yaitu: 1) Praktis & Higienis: Menggunakan wadah mika yang aman dan transparan, memungkinkan konsumen melihat produk secara langsung; 2) Menarik &

Peningkatan kompetensi branding: literasi desain label kemasan untuk optimalisasi produk kewirausahaan siswa SMAN 8 Surabaya

Informatif: Desain label yang modern dengan warna alami serta ilustrasi produk yang jelas; 3) Memiliki Identitas Jelas: Produk dikembangkan oleh SMAN 8 Surabaya, meningkatkan nilai inovasi dan kreativitas; 4) Meningkatkan Daya Tarik Pasar: Menggunakan elemen visual yang menggugah selera dan menonjolkan manfaat kesehatan. Desain kemasan Porang Fit ini tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian konsumen yang mencari alternatif makanan sehat dan siap saji.



Gambar 7. Desain Kemasan Produk Biji Kopi Pilihan dengan label kemasan “Tanah Hitam”.
(Sumber: Dokumentasi Tim Abdimas, 2025)

Konsep Desain Kemasan “Tanah Hitam” dirancang untuk memberikan kesan premium, elegan, dan alami sesuai dengan karakteristik kopi pilihan yang berkualitas tinggi. Desain ini mengedepankan estetika minimalis dengan ilustrasi yang memperkuat identitas produk sebagai biji kopi pilihan. Struktur dan Dimensi Kemasan menggunakan Jenis Kemasan: Standing Pouch, dengan Dimensi Kemasan: 115 mm x 175 mm (bagian utama) dan 50 mm (bagian dasar), serta *Bahan Label: Plastic Sticker 210gsm* – Tahan terhadap kelembapan dan memberikan tampilan yang profesional. Standing pouch dipilih sebagai jenis kemasan karena lebih praktis, mudah disimpan, dan mampu menjaga kualitas biji kopi lebih lama.

Desain label menggunakan kombinasi warna coklat tanah dan krem, mencerminkan kehangatan serta kualitas alami kopi. *Font* yang digunakan adalah *bold dan modern*, menciptakan kesan premium dan eksklusif. Elemen Desain Utama yaitu: 1) Logo “Tanah Hitam” diletakkan di bagian tengah dengan gaya tipografi modern dalam bingkai kotak, menciptakan kesan tegas dan elegan; 2) Ilustrasi biji kopi dan daun kopi di bagian bawah kemasan memberikan sentuhan artistik yang menggambarkan keaslian dan kualitas bahan baku; 3) Slogan “*Fresh Coffee / Fresh Life / Fresh Spirit*” menegaskan bahwa produk ini memberikan pengalaman menikmati kopi yang segar dan berkualitas; 4) Keterangan “Diproduksi oleh: SMAN 8 Surabaya” menunjukkan identitas produk sebagai hasil inovasi dan kreativitas siswa.

Keunggulan Desain Kemasan dengan 1) Menonjolkan Identitas Produk → Penggunaan elemen desain yang khas, seperti ilustrasi biji kopi dan warna tanah, memperkuat branding produk; 2) Kesan Premium & Elegan → Warna krem dan coklat memberikan tampilan yang eksklusif dan menarik perhatian konsumen; 3) Fungsional & Praktis → Kemasan standing pouch memudahkan penyimpanan dan menjaga kualitas biji kopi tetap segar; 4) Informasi Jelas & Informatif → Label memuat informasi

Peningkatan kompetensi branding: literasi desain label kemasan untuk optimalisasi produk kewirausahaan siswa SMAN 8 Surabaya

produk yang relevan dan mudah dibaca oleh konsumen. Perancangan kemasan Tanah Hitam bertujuan untuk menciptakan identitas visual yang kuat, meningkatkan daya tarik pasar, dan memberikan kesan profesional pada produk. Dengan pendekatan desain yang modern dan elegan, kemasan ini tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk tetapi juga sebagai media promosi yang efektif bagi biji kopi pilihan.

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan desain label kemasan produk kewirausahaan siswa SMAN 8 Surabaya yang telah dilaksanakan pada tautan <https://intip.in/DesainKemasanProdukSMAN8SBY>, seperti “Tanah Hitam” (Biji Kopi Pilihan), “Porang Fit” (Nasi Beras Porang Siap Saji) dan beberapa produk kewirausahaan lainnya, telah dikembangkan dengan mempertimbangkan aspek estetika, fungsionalitas, dan strategi branding. Desain kemasan ini tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif dalam meningkatkan daya saing produk di pasar. Beberapa poin utama yang dapat disimpulkan dari perancangan ini adalah: 1) Identitas Produk yang Kuat → Setiap desain mencerminkan karakteristik produk secara jelas melalui pemilihan warna, tipografi, dan elemen grafis yang sesuai dengan jenis produk; 2) Daya Tarik Visual yang Profesional → Desain label menggunakan pendekatan modern dan minimalis untuk memberikan kesan premium serta meningkatkan kepercayaan konsumen; 3) Kemasan yang Fungsional → Pemilihan material kemasan yang tepat, seperti *plastic sticker 210gsm* dan *standing pouch*, memungkinkan produk lebih awet dan mudah digunakan oleh konsumen; 4) Dukungan terhadap Kewirausahaan Siswa → Dengan adanya desain kemasan yang menarik dan berkualitas, produk kewirausahaan siswa memiliki potensi lebih besar untuk diterima di pasar, baik lokal maupun digital. Agar optimalisasi produk kewirausahaan siswa semakin berkembang, berikut beberapa saran yang dapat diterapkan maka perlu adanya 1) Peningkatan Variasi dan Diferensiasi Produk; 2) Strategi Branding dan Promosi yang Lebih Luas; 3) Peningkatan Kualitas Kemasan; 4) Evaluasi dan Pengembangan Berkelanjutan. Dengan penerapan strategi di atas, produk kewirausahaan siswa SMAN 8 Surabaya dapat terus berkembang dan memiliki keunggulan kompetitif dalam industri kreatif serta pasar yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan terlaksananya kegiatan Literasi Perancangan Desain Label Kemasan, guna meningkatkan kompetensi di bidang desain kemasan produk dan kewirausahaan pada Siswa-siswi kelas XII di SMAN 8 Surabaya secara tuntas dan lancar. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada civitas akademika SMAN 8 Surabaya, khususnya para guru, staf, serta siswa-siswi kelas XII, atas sambutan yang hangat dan partisipasi aktif dalam kegiatan ini.

Kami sangat mengapresiasi semangat dan antusiasme yang ditunjukkan oleh para siswa dalam mengikuti proses perancangan desain kemasan produk kewirausahaan. Kami berharap ilmu dan pengalaman yang telah dibagikan dapat menjadi bekal berharga dalam mengembangkan kreativitas, keterampilan desain, serta jiwa wirausaha yang inovatif.

Tak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada pihak sekolah yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk terselenggaranya kegiatan ini dengan baik. Semoga kolaborasi ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat bagi pengembangan potensi siswa di masa depan. Semoga kegiatan ini dapat memberikan kesuksesan untuk seluruh civitas akademika SMAN 8 Surabaya, dan semoga ilmu yang telah dibagikan dapat bermanfaat serta menginspirasi langkah ke depan bagi siswa-siswi kelas XII yang akan menghadapi kelulusan.

DAFTAR RUJUKAN

Irianto, O., Poerwandar Asmaningrum, H., Maulana Rachman, A., Budiasto, J., Hyronimus Ama Longgy, D., & Gregorius Nado, J. (2024). PENINGKATAN KOMPETENSI BRANDING PRODUK: PELATIHAN DESAIN LOGO DAN KEMASAN UNTUK GENERASI ENTERPRENEUR MUDA.

Peningkatan kompetensi branding: literasi desain label kemasan untuk optimalisasi produk kewirausahaan siswa SMAN 8 Surabaya

- Jurnal Lantera Widya*, 6(1), 47–52.
<https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/lenterawidya/article/view/1298>
- Israr, A. A., & Kamariah, N. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK MELALUI PERANCANGAN DESAIN KEMASAN BARU PADA UMKM WARCOK. *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan*, 1(2), 204–222. <https://doi.org/10.33509/admit.v1i2.2357>
- Mahfirah, T. F., Rahmi, Haneul, Haura, T., & Putri, C. A. (2023). PELATIHAN PRODUCT BRANDING SEBAGAI OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN BAGI UMKM. *Sarwahita*, 20(02), 131–141. <https://doi.org/10.21009/sarwahita.202.2>
- Neliwati, N., Wahyuni Siregar, R., & Raihan Nasution, W. (2021). Implementasi Pembelajaran Arah Mata Angin Melalui Metode Snowballing Throwing Pada Siswa Kelas 6 SD Negeri 014716 Simondong Kecamatan Sei Suka Kabupaten Batu Bara. *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 17–24. <https://doi.org/10.56114/maslahah.v2i1.141>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Putri, G. R., Lubis, R. F., Arsil, F., Sitorus, T. M., Zulhamidi, Z., & Siregar, R. S. (2023). Teknologi Desain Kemasan Dalam Upaya Peningkatan Value Added Produk Usaha Kecil dan Menengah. *Journal of Industrial Community Empowerment*, 2(1), 24. <https://doi.org/10.52759/jice.v2i1.191>
- Setyawati, A., Islami, P. Y. N., Anwar, R. N., Nani, L. D., Pertiwi, W. N. B., Pujiastuti, E. E., Marewa, J. B., Putra, R. S., Febrianty, S. M., Vidyanata, D., Rosharita., Rane, M. K. D., & Irmal, S. B. C., (2024). *Kewirausahaan pada Era Digital: Vol. Vol. 1.* (Ed. A. Sudirman, Ed.; 1st ed.,). Eureka Media Aksara.
- Shahwar, D. e, Ashfaq, F., & Khan, M. (2024). The Impact of Visual Packaging Design on Perceived Food Product Quality and Brand Preference with Moderating Effect of Gender. *Bulletin of Business and Economics (BBE)*, 13(1). <https://doi.org/10.61506/01.00260>
- Suhardi, S., & Nurazizah, A. (2024). PENYULUHAN LITERASI DIGITAL MELALUI SOSIALISASI PADA ANAK-ANAK DI SDN 007 MUARA KAMAN. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 30. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v7i1.49433>
- Suminto, M. A., & Arifianto, P. F. (2024). Perancangan E-Catalog Ardent Signature Sebagai Media Pemasaran Digital Produk Kursi Kantor Premium. *Nirmana*, 24(1), 60–71. <https://doi.org/10.9744/nirmana.24.1.60-71>
- Suminto, M. A., Setiyoko, N., Dewanto, T. H., Afandi, H. R., Yuandi, S. R., Herlambang, Y., Pratama, C., Kaila, S., Hermansyah, D., Zakariya, M., Ridwan, A., & Suryani, T. (2024). Pelatihan siswa & guru jurusan desain komunikasi visual SMK Negeri 1 Surabaya membuat animated sticker dan memasarkannya secara digital. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1342–1352.
- Suwarno, S., & Gautama, J. (2022). PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI PHOTOSTOCK DI SMA BODHI DHARMA MENGGUNAKAN FRAMEWORK SCRUM. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1344. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i3.10393>
- Teece, D. J. (2018). *Business models and dynamic capabilities*. (1 ed., Vol. 51). Long range planning.
- Wisnu Putra Wijaya, H. G. S. (1970). EFEKTIVITAS MEDIA PEMBELAJARAN ADOBE ILLUSTRATOR BERBASIS TUTORIAL KREATIVITAS BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN PRAKARYA. *TEACHING AND LEARNING JOURNAL OF MANDALIKA (TEACHER) e-* ISSN 2721-9666, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.36312/teacher.v2i1.346>
- Xu, X. (2022). Packaging Design Method of Modern Cultural and Creative Products Based on Rough Set Theory. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022, 1–11. <https://doi.org/10.1155/2022/2140075>