Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global
Volume 5, Nomor 4, November 2026
E-ISSN: 2962-0848; P-ISSN: 2964-5271, Hal. 114-126
DOI: https://doi.org/10.30640/cakrawala.v5i4.8016
Tersedia: https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Cakrawala

Dari Desain ke Produk: Penguatan *Creativepreneurship* Siswa melalui Produksi *Merchandise* dan Pemasaran Digital di SMAN 5 Bekasi

From Design to Product: Strengthening Student Creativepreneurship through Merchandise Production and Digital Marketing at SMAN 5 Bekasi

Reni Dian Octaviani[1*], Nursery Alfaridi Nasution[2], Euis Saribanon[3], Adam Zakly David[4], Aurel Olivia Wijaya[5]
[1]Fakultas Manajemen dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Indonesia
[2]Fakultas Manajemen dan Bisnis, Manajemen Logistik dan Material, Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Indonesia
**Penulis Korespondensi: reni@itltrisakti.ac.id*

Article History:
Naskah Masuk: 13 Juli 2026;
Revisi: 20 Agustus 2026;
Diterima: 30 September 2026;
Terbit: 01 November 2026;

Keywords: *Creativepreneurship; Digital Design; Digital Marketing; Merchandise Production; Student Entrepreneurship*.

Abstract. *The development of creative entrepreneurship in schools requires integration of design, production, business management, and digital marketing skills. However, students' existing design and entrepreneurial competencies are not always connected to merchandise production and marketing activities. Limited production equipment and digital marketing utilization can also hinder the development of creative products. This community service activity aimed to improve the understanding and practical experience of SMAN 5 Bekasi students through an integrated approach connecting digital design, merchandise production, entrepreneurship, and digital marketing. Activities included socialization, Canva-based design training, merchandise production practices using supporting equipment, promotional video development using AI Flow, and the formation of a Student Creativepreneur Team (SCT). Evaluation was conducted through pre- and post-tests, practical observations, and mentoring. The results showed increased understanding and practical experience in connecting digital design with merchandise production, student business management, and digital promotional materials. Participants also gained experience in role distribution, production processes, product quality control, and marketing activities. This program provides a foundation for developing more integrated and sustainable student entrepreneurship through the utilization of the Mini Creativepreneur Lab and the Student Creativepreneur Team (SCT).*

Abstrak.

Pengembangan kewirausahaan kreatif di lingkungan sekolah memerlukan integrasi keterampilan desain, produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Namun, kompetensi desain dan kewirausahaan yang telah dimiliki siswa belum selalu terhubung dengan proses produksi merchandise dan kegiatan pemasaran. Keterbatasan peralatan produksi dan pemanfaatan pemasaran digital juga dapat menghambat pengembangan produk kreatif siswa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan pengalaman praktis siswa SMAN 5 Bekasi melalui pendekatan terintegrasi yang menghubungkan desain digital, produksi merchandise, kewirausahaan, dan pemasaran digital. Kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan desain berbasis Canva, praktik produksi merchandise menggunakan peralatan pendukung, pembuatan video promosi menggunakan AI Flow, serta pembentukan Student Creativepreneur Team (SCT). Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, observasi praktik, serta pendampingan selama kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan pengalaman praktis peserta dalam menghubungkan desain digital dengan produksi merchandise, pengelolaan usaha siswa, dan pengembangan materi promosi digital. Peserta juga memperoleh pengalaman dalam pembagian peran, proses produksi, pemeriksaan kualitas produk, dan pemasaran. Program ini menjadi dasar pengembangan kegiatan kewirausahaan siswa yang lebih terintegrasi dan berkelanjutan melalui pemanfaatan Mini Creativepreneur Lab dan Student Creativepreneur Team (SCT).

Kata Kunci: *Creativepreneurship*; Desain Digital; Kewirausahaan Siswa; Pemasaran Digital; Produksi *Merchandise*.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen membuka peluang bagi pengembangan usaha berbasis kreativitas dan inovasi. Produk tidak hanya dinilai dari fungsi dan harga, tetapi juga dari desain, keunikan, identitas, serta cara produk diperkenalkan kepada konsumen. Karena itu, kemampuan menghubungkan kreativitas, pengembangan produk, produksi, dan kebutuhan pasar menjadi penting dalam menghasilkan produk bernilai guna dan ekonomi.

Kompetensi tersebut perlu diperkenalkan sejak pendidikan menengah. Pembelajaran *creativepreneurship* dapat mengembangkan kreativitas dan kompetensi kewirausahaan melalui pengalaman belajar yang relevan (Widiastuti et al., 2023). Melalui pembelajaran berbasis praktik, siswa dapat belajar mengembangkan ide, menyiapkan desain, melakukan produksi, bekerja dalam tim, dan memperkenalkan produk kepada konsumen. Dengan demikian, *creativepreneurship* perlu mengintegrasikan desain, produksi, pengelolaan usaha, dan pemasaran.

SMAN 5 Bekasi memiliki kelas Desain Komunikasi Visual (DKV) Vokasi dan pembelajaran kewirausahaan yang menjadi dasar pengembangan kompetensi tersebut. Sekolah juga memiliki kegiatan ulang tahun tahunan yang dapat menjadi ruang praktik pembuatan dan penjualan *merchandise*, termasuk produk dengan maskot sekolah. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya didukung oleh fasilitas produksi, standar teknis, dan sistem usaha yang terintegrasi. Pengembangan produk juga perlu memperhatikan koordinasi dari persiapan hingga pemasaran (Nasution et al., 2025; Octaviani et al., 2022).

Hasil identifikasi dalam proposal PKM menunjukkan tiga permasalahan utama, yaitu aspek desain dan produksi, pengelolaan usaha, serta pemasaran digital. Dari ketiga permasalahan tersebut, artikel ini memfokuskan pembahasan pada aspek desain dan produksi *creative merchandise*. Permasalahan ini berkaitan dengan belum konsistennya standar desain dan kualitas produk, yang terlihat dari masih perlunya penguatan kemampuan siswa dalam menyesuaikan ukuran dan resolusi desain, menyiapkan dokumen siap cetak, menggunakan peralatan produksi, dan menjaga kualitas merchandise. Media digital memengaruhi cara konsumen memperoleh informasi dan berinteraksi dengan produk serta merek (Santos et al., 2022), sedangkan pengembangan produk perlu mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik target pasar (Syahyono et al., 2026).

Berdasarkan kondisi tersebut, program pengabdian ini memberikan penguatan pada aspek desain dan produksi merchandise melalui pelatihan Canva, praktik produksi, pengenalan dan penggunaan peralatan produksi, serta pemeriksaan kualitas produk. Program juga

mengembangkan Mini Creativepreneur Lab sebagai ruang pembelajaran praktis yang menghubungkan desain dengan proses produksi. Pelaksanaan dilakukan melalui materi, demonstrasi, praktik, pendampingan, dan evaluasi.

Artikel ini bertujuan memperkuat kompetensi creativepreneurship siswa dalam desain dan produksi merchandise, khususnya kemampuan menghasilkan desain siap produksi, menggunakan peralatan produksi, dan menjaga kualitas produk. Capaian kegiatan dievaluasi melalui pra-tes dan pasca-tes untuk mengukur perubahan pemahaman peserta, serta melalui observasi untuk menilai keterlibatan dan penerapan keterampilan siswa selama kegiatan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kompetensi siswa dan guru pendamping SMAN 5 Bekasi dalam pengembangan *merchandise* kreatif, pengelolaan usaha siswa, dan pemasaran digital. Pelaksanaan dilakukan melalui tahapan identifikasi kebutuhan, sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, implementasi, serta *monitoring*, evaluasi, dan keberlanjutan program.

Tahap Identifikasi Kebutuhan

Identifikasi kebutuhan dilakukan melalui koordinasi dengan pihak sekolah, diskusi dengan guru pendamping, dan pemetaan kebutuhan mitra terkait pengembangan *merchandise*, pengelolaan usaha, dan pemasaran digital. Identifikasi mencakup kebutuhan siswa dalam menyiapkan desain siap produksi, menyesuaikan ukuran dan resolusi, menggunakan peralatan produksi, menjaga kualitas produk, serta mengelola pembagian tugas, biaya, penjualan, dan pemasaran. Pada aspek pemasaran, pemetaan diarahkan pada kebutuhan pembuatan materi promosi, katalog digital, konten media sosial, dan *branding*. Hasil identifikasi menjadi dasar penentuan materi pelatihan, bentuk pendampingan, peralatan, dan strategi implementasi program.

Tahap Sosialisasi

Sosialisasi diberikan kepada siswa dan guru pendamping mengenai *creativepreneurship*, pengembangan *merchandise*, serta keterkaitan desain, produksi, pengelolaan usaha, dan pemasaran digital. Materi mencakup kewirausahaan kreatif, pengembangan produk, branding, pemanfaatan media digital, serta pembagian peran dalam kegiatan usaha berbasis proyek. Melalui diskusi dan tanya jawab, peserta mengidentifikasi ide dan potensi produk yang dapat dikembangkan. Pada tahap ini diperkenalkan pula konsep *Mini Creativepreneur Lab* dan *Student Creativepreneur Team* (SCT) sebagai pendukung kegiatan kewirausahaan siswa.

Tahap Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan difokuskan pada desain kreatif, produksi *merchandise*, pengelolaan usaha, dan pemasaran digital melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik, dan diskusi. Pada aspek desain, peserta dilatih mengembangkan ide, menyusun desain *merchandise*, menyesuaikan ukuran dan resolusi, serta menyiapkan desain siap cetak menggunakan *Canva*.

Pada aspek produksi, peserta diperkenalkan pada set mesin *press* multifungsi 5-in-1/8-in-1, printer dan tinta, kaus, bahan baku *mug*, serta perlengkapan pendukung lainnya. Pelatihan mencakup fungsi alat, proses pencetakan dan pengepresan, serta pemeriksaan kualitas produk.

Pada aspek pemasaran digital, peserta dilatih mengembangkan identitas produk, katalog digital, konten promosi, dan pemanfaatan media sosial. Peserta juga diperkenalkan pada AI *Flow* untuk pengembangan video promosi. Seluruh kegiatan diintegrasikan melalui *Mini Creativepreneur Lab* agar siswa memahami alur pengembangan produk dari desain hingga siap dipasarkan.

Tahap Implementasi dan Pendampingan

Peserta menerapkan hasil pelatihan melalui pengembangan desain, produksi *merchandise*, penyusunan materi promosi, dan pengelolaan usaha berbasis proyek. Produk yang dihasilkan antara lain *merchandise* berbahan kaus dan *mug* dengan memperhatikan kesesuaian desain, ukuran, proses produksi, dan kualitas akhir. SCT dikembangkan sebagai tim usaha siswa dengan pembagian fungsi desain, produksi, pemasaran, dan administrasi. Siswa dilatih melakukan perencanaan, pembagian tugas, pencatatan biaya dan penjualan, serta penyusunan strategi pemasaran. Tim pengabdian memberikan pendampingan melalui observasi, konsultasi, umpan balik, dan diskusi untuk membantu mengatasi kendala teknis maupun organisatoris.

Tahap *Monitoring*, Evaluasi, dan Keberlanjutan Program

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengetahui ketercapaian tujuan kegiatan serta perubahan pemahaman dan keterampilan peserta. Evaluasi pemahaman dilakukan melalui pra-tes dan pasca-tes. Instrumen terdiri atas 10 pertanyaan pilihan ganda dengan skor yang dikonversi ke rentang 0–100. Instrumen tersebut digunakan untuk mengukur perubahan pemahaman peserta terhadap materi yang berkaitan dengan desain dan produksi merchandise. Data pra-tes dan pasca-tes yang dapat dipasangkan kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif, N-Gain, dan uji-t sampel berpasangan. Selain evaluasi tertulis, dilakukan observasi terhadap proses desain dan produksi untuk melihat keterlibatan peserta serta penerapan keterampilan selama kegiatan. Evaluasi juga dilakukan melalui observasi terhadap keterlibatan peserta, penerapan keterampilan desain dan produksi, kerja sama dalam SCT, serta kemampuan

menyusun materi promosi. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar pemberian umpan balik dan rekomendasi tindak lanjut.

Keberlanjutan program didukung melalui pemanfaatan *Mini Creativepreneur Lab* dan penguatan SCT. Guru pendamping diharapkan melanjutkan pembinaan, mendampingi produksi dan pemasaran, serta mengembangkan *merchandise* sekolah. Pihak sekolah berkontribusi melalui keterlibatan siswa dan guru, penyediaan fasilitas, dukungan administratif, serta partisipasi dalam seluruh tahapan kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Identifikasi Kebutuhan Mitra

Hasil identifikasi kebutuhan menunjukkan bahwa pengembangan creative merchandise siswa masih menghadapi kendala pada aspek desain dan produksi. Siswa memerlukan penguatan dalam menyesuaikan ukuran dan resolusi desain, menyiapkan dokumen siap cetak, menggunakan peralatan produksi, serta menjaga kualitas hasil merchandise. Kondisi tersebut menjadi dasar pelaksanaan pelatihan dan pendampingan yang difokuskan pada pengembangan desain hingga proses produksi merchandise.

Tahap Sosialisasi

Sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman awal mengenai keterkaitan antara desain digital dan proses produksi merchandise. Materi yang diberikan mencakup prinsip dasar desain siap produksi, penyesuaian ukuran dan resolusi, serta tahapan produksi merchandise. Sosialisasi juga memberikan gambaran mengenai pentingnya pemeriksaan kualitas sebelum produk digunakan atau dipasarkan.



Gambar 1. Pelaksanaan sosialisasi program kepada siswa dan guru pendamping SMAN 5 Bekasi.

Hasil Penyerahan dan Pengenalan Teknologi

Implementasi teknologi dilakukan melalui pengembangan Mini *Creativepreneur* Lab dengan penyerahan peralatan berupa set mesin press multifungsi 5-in-1/8-in-1, printer dan tinta untuk berbagai media, kaus pendukung, bahan baku *mug*, serta perlengkapan produksi lainnya. Penyerahan peralatan tersebut menjadi bagian dari dukungan terhadap pembelajaran berbasis praktik dan memberikan kesempatan kepada siswa untuk mengenal proses produksi *merchandise* secara lebih nyata. Setelah penyerahan, siswa dan guru pendamping memperoleh pengenalan mengenai fungsi, kegunaan, dan cara kerja masing-masing peralatan melalui demonstrasi yang dilakukan oleh tim pelaksana. Pengenalan tersebut dilanjutkan dengan praktik agar peserta dapat memahami penggunaan alat dan tahapan produksi secara langsung. Keberadaan peralatan produksi memungkinkan siswa menghubungkan desain digital dengan produk fisik, mulai dari menyiapkan desain, mencetak, menggunakan mesin *press*, hingga memeriksa kualitas hasil produksi. Dengan demikian, teknologi yang diberikan tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas produksi, tetapi juga sebagai media pembelajaran untuk mengembangkan keterampilan teknis, ketelitian, dan pemahaman siswa terhadap proses produksi merchandise.



Gambar 2. Penyerahan peralatan pendukung Mini Creativepreneur Lab kepada pihak SMAN 5 Bekasi.

Tahap Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan produksi dilaksanakan melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan yang mencakup pengembangan ide desain, penggunaan Canva,

penyesuaian ukuran dan resolusi, penyiapan desain siap cetak, proses pencetakan, penggunaan mesin *press*, serta pemeriksaan kualitas produk. Setelah demonstrasi, siswa mempraktikkan pembuatan *merchandise* berbahan kaus dan *mug* dengan menggunakan desain yang telah disiapkan. Praktik tersebut memberikan pengalaman langsung dalam mengubah desain digital menjadi produk fisik melalui tahapan persiapan desain, pencetakan, pengepresan, dan pemeriksaan hasil.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mampu mengikuti alur produksi dan menggunakan peralatan yang diperkenalkan. Dalam kondisi desain telah disiapkan, siswa mampu menghasilkan lebih dari 50 kaos dalam satu hari selama kegiatan praktik. Capaian tersebut merupakan hasil produksi yang diamati selama pelaksanaan kegiatan dan belum dapat digunakan sebagai indikator peningkatan produktivitas jangka panjang. Praktik juga menunjukkan bahwa kesiapan desain, terutama kesesuaian ukuran, resolusi, dan media produksi, berperan penting dalam kelancaran proses dan kualitas hasil. Dengan demikian, pelatihan memberikan pengalaman langsung mengenai keterkaitan antara kesiapan desain, proses produksi, dan kualitas *merchandise*.



Gambar 3. Praktik penggunaan teknologi produksi *merchandise* oleh siswa SMAN 5 Bekasi.

Hasil Evaluasi Kompetensi Peserta

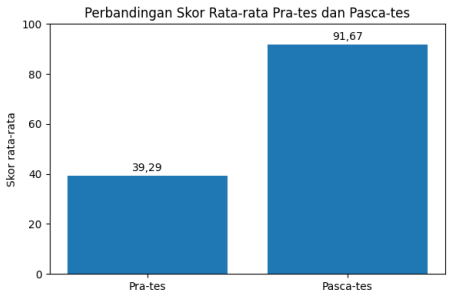
Evaluasi kompetensi dilakukan melalui pra-tes dan pasca-tes untuk mengetahui perubahan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan sosialisasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan. Dari seluruh peserta, diperoleh 42 data yang dapat dipasangkan antara hasil pra-tes dan pasca-tes. Skor rata-rata meningkat dari 39,29 pada pra-tes menjadi 91,67 pada pasca-tes, atau mengalami peningkatan sebesar 52,38 poin.

Analisis N-Gain menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,838 yang termasuk dalam kategori tinggi. Hasil uji-t sampel berpasangan menunjukkan $t(41) = 13,60$ dengan $p < 0,001$, yang menunjukkan adanya perbedaan skor antara pra-tes dan pasca-tes. Hasil tersebut menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan yang berkaitan dengan desain dan produksi merchandise. Ringkasan hasil evaluasi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pra-Tes dan Pasca-Tes Peserta.

Indikator Evaluasi	Hasil
Jumlah peserta dengan data berpasangan	42
Rata-rata skor pra-tes	39,29
Rata-rata skor pasca-tes	91,67
Peningkatan skor rata-rata	52,38 poin
Nilai rata-rata N-Gain	0,838
Kategori N-Gain	Tinggi
Nilai uji-t sampel berpasangan	13,60
Derajat kebebasan (df)	41
Nilai signifikansi	$p < 0,001$

Perbandingan skor rata-rata pra-tes dan pasca-tes disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Perbandingan skor rata-rata pra-tes dan pasca-tes peserta (n = 42).

Keberlanjutan Program

Mini *Creativepreneur* Lab menjadi dasar untuk melanjutkan kegiatan pembelajaran desain dan produksi *merchandise* di lingkungan sekolah. Keberadaan fasilitas produksi memungkinkan sekolah mengintegrasikan pembelajaran DKV, kegiatan kewirausahaan, dan produksi *merchandise* sekolah dalam kegiatan yang lebih berkelanjutan. Keberlanjutan program memerlukan peran aktif guru pendamping dan pihak sekolah, terutama dalam mengatur penggunaan dan pemeliharaan peralatan, mendampingi proses produksi, serta menjaga penerapan standar kualitas produk. Pemantauan lanjutan dapat mencakup jumlah produksi, penggunaan bahan, kualitas hasil, serta pemanfaatan fasilitas dalam kegiatan pembelajaran dan produksi *merchandise* sekolah.

Pembahasan

Integrasi Desain, Teknologi, dan Produksi Merchandise

Kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa SMAN 5 Bekasi telah memiliki dasar pengembangan kreativitas melalui pembelajaran Desain Komunikasi Visual (DKV), kewirausahaan, dan produksi *merchandise* sekolah. Tantangan utama bukan pada ketiadaan kreativitas siswa, tetapi pada belum optimalnya keterhubungan antara kemampuan desain, fasilitas produksi, standar teknis, dan pengembangan produk. Pelatihan *Canva*, penyesuaian ukuran dan resolusi, penyiapan desain siap cetak, serta praktik pencetakan dan pengepresan membantu siswa memahami bahwa desain *merchandise* perlu mempertimbangkan media dan teknik produksi. Siswa memperoleh pengalaman mengubah desain digital menjadi produk fisik sekaligus memperhatikan kualitas hasil. Pendekatan ini sejalan dengan integrasi desain dan kewirausahaan melalui proses pengembangan ide dan penerapan solusi (Amalia & von Korflesch, 2021; Sutadi, 2022).

Pemanfaatan Mini *Creativepreneur* Lab memperkuat keterhubungan tersebut dengan menyediakan ruang praktik dari tahap desain hingga produk siap dipasarkan. Selama praktik, siswa mampu menghasilkan lebih dari 50 kaos dalam satu hari ketika desain telah disiapkan. Capaian ini merupakan hasil observasi pada kondisi kegiatan dan belum menunjukkan peningkatan produktivitas jangka panjang. Pengukuran berikutnya dapat dilakukan terhadap waktu produksi, penggunaan bahan, jumlah produk cacat, dan kapasitas produksi.

Peningkatan Kompetensi dan Keberlanjutan Program

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan skor rata-rata peserta dari 39,29 pada pra-tes menjadi 91,67 pada pasca-tes, dengan peningkatan sebesar 52,38 poin. Nilai rata-rata N-Gain sebesar 0,838 termasuk kategori tinggi, sedangkan uji-t sampel berpasangan menunjukkan $t(41) = 13{,}60$; $p < 0{,}001$. Hasil tersebut menunjukkan peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti rangkaian kegiatan.

Peningkatan tersebut didukung oleh pendekatan yang menggabungkan materi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga menerapkannya dalam desain dan produksi merchandise melalui penggunaan peralatan produksi dan pemeriksaan kualitas produk. Pendekatan pembelajaran berbasis praktik sejalan dengan pengembangan kreativitas dan kompetensi kewirausahaan melalui pengalaman langsung (Astuti & Kusumastuti, 2026; Hasanuddin et al., 2024; Mananda & Mahadewi, 2023).

Dari sisi keberlanjutan, Mini Creativepreneur Lab dapat menjadi dasar untuk mengintegrasikan pembelajaran DKV, kewirausahaan, dan produksi merchandise secara

berkelanjutan. Guru dan pihak sekolah memiliki peran penting dalam pengelolaan dan pemeliharaan peralatan, pendampingan produksi, serta penerapan standar kualitas produk. Namun, peningkatan skor terutama menggambarkan perubahan pemahaman setelah kegiatan dan belum membuktikan peningkatan kemampuan produksi atau keberhasilan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, monitoring berikutnya perlu mencakup kemampuan produksi mandiri, kualitas produk, penggunaan bahan, waktu produksi, dan pemanfaatan fasilitas produksi secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di SMAN 5 Bekasi dapat meningkatkan pemahaman dan pengalaman praktis siswa dalam *creativepreneurship*, khususnya pada aspek desain dan produksi *merchandise*. Program dilaksanakan melalui sosialisasi, pelatihan, demonstrasi, praktik, pendampingan, serta pemanfaatan Mini *Creativepreneur* Lab sebagai fasilitas pembelajaran berbasis praktik.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mampu menghubungkan desain digital dengan proses produksi *merchandise*, menggunakan peralatan produksi, menyiapkan desain sesuai kebutuhan produksi, serta melakukan pemeriksaan kualitas produk. Praktik yang dilakukan juga memberikan pengalaman langsung kepada siswa dalam mengikuti tahapan produksi dari persiapan desain hingga menghasilkan produk fisik.

Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti rangkaian kegiatan pelatihan, praktik, dan pendampingan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik dapat mendukung penguatan kompetensi siswa dalam menghubungkan kemampuan desain dengan proses produksi *merchandise*.

Kegiatan ini belum mengukur dampak jangka panjang terhadap produktivitas dan keberlanjutan produksi. Oleh karena itu, keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan guru, pemanfaatan dan pemeliharaan Mini *Creativepreneur* Lab, serta pemantauan terhadap kemampuan produksi mandiri, kualitas produk, penggunaan bahan, dan waktu produksi. Dengan tindak lanjut tersebut, fasilitas yang telah dikembangkan dapat terus dimanfaatkan sebagai ruang pembelajaran desain dan produksi *merchandise* di lingkungan sekolah.

Sumber Pendanaan, Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMAN 5 Bekasi ini terlaksana melalui dukungan hibah dari Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemendiktisaintek) pada tahun 2026 dengan skema Program Pengabdian Kepada Masyarakat nomor kontrak utama 206/C3/DT.05.00/PM/2026 dan nomor kontrak turunan

0667/LL3/DT.06.01/2026. Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kemendiktisaintek atas dukungan pendanaan yang diberikan, DPPM Institut Transportasi dan Logistik Trisakti atas dukungan dan fasilitasi pelaksanaan kegiatan, serta SMAN 5 Bekasi yang telah menjadi mitra dan mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR REFERENSI

Amalia, R. T., & von Korflesch, H. F. O. (2021). Entrepreneurship education in Indonesian higher education: Mapping literature from the country's perspective. *Entrepreneurship Education, 4*, 291–333. https://doi.org/10.1007/s41959-021-00053-9

Astuti, V. S., & Kusumastuti, A. D. (2026). Pelatihan berbasis praktik dalam pengembangan produk handmade untuk meningkatkan creative entrepreneurship mahasiswa. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 6*(2), 271–287. https://doi.org/10.35309/dharma.v6i2.713

Hasanuddin, H., Wolok, E., Sunardi, S., & Larosa, E. (2024). The impact of PjBL on creative products and entrepreneurship subjects on students' entrepreneurial intention and readiness vocational schools-centers of excellence. *Proceedings of the 5th Vocational Education International Conference (VEIC-5 2023)*, 479–483. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-198-2_65

Mananda, I. G. P. B. S., & Mahadewi, N. P. E. (2023). Developing a creative entrepreneurship education model to enhance student's creativity and innovation for successful completion of the independent entrepreneurship MBKM program. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA, 9*(Special Issue), 62–68. https://doi.org/10.29303/jppipa.v9iSpecialIssue.5705

Nasution, N. A. S., Octaviani, R. D., Sari, M., Yuniarty, & Yudawisastra, H. G. (2025). Developing a circular economy-based operational efficiency model for the retail sector: An integrated PESTEL and value stream mapping approach. *International Journal of Sustainable Development and Planning, 20*(11), 5021–5029. https://doi.org/10.18280/ijsdp.201139

Octaviani, R. D., Darsana, M. I., Nugroho, A., Hutauruk, P. S., Mulyani, F., Nasution, N. A., Pahala, Y., Rizaldy, W., Yulianto, H. D., & Tikawati. (2022). *Manajemen rantai pasok*. Infes Media.

Santos, Z. R., Cheung, C. M. K., Coelho, P. S., & Rita, P. (2022). Consumer engagement in social media brand communities: A literature review. *International Journal of Information Management, 63*, 1–38. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102457

Sutadi, A. S. (2022). The effect of design thinking method toward the motivation of visual communication design students in becoming an entrepreneur. *VCD: Journal of Visual Communication Design, 6*(2), 73–83. https://doi.org/10.37715/vcd.v6i2.2701

Syahyono, S., Saribanon, E., & Eka, A. P. B. (2026). Enhancing MSME performance through customer centered design and competitive intelligence. *Aptisi Transactions on Technopreneurship, 8*(2), 768–780. https://doi.org/10.34306/att.v8i2.948

Widiastuti, A., Supriatna, N., Disman, D., & Nurbayani, S. (2023). The urgency of social-creativepreneurship competency in social studies learning during the Covid-19 pandemic: Teachers' perception. *Jurnal Cakrawala Pendidikan, 42*(2), 470–482. https://doi.org/10.21831/cp.v42i2.45754