



## Peningkatan Kreativitas Mahasiswa melalui Inovasi Produk *Memory Photo Box* sebagai Hadiah Personal Berbasis Nilai Emosional

Ria Rosanti

Universitas Sahid Surakarta

Anggit Dyah Kusumastuti

Universitas Sahid Surakarta

Alamat: Jl. Adi Sucipto No.154, Jajar, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57144

Korespondensi penulis: [anggit.dyahkusumastuti@usahidsolo.ac.id](mailto:anggit.dyahkusumastuti@usahidsolo.ac.id)

**Abstrak.** *This activity aims to enhance student creativity through the development of the Memory Photo Box as an innovative product with high emotional value that can serve as a personalized gift. This product was chosen for its ability to combine aesthetic elements, functionality, and emotional appeal, which increase both its attractiveness and market value. The implementation methods included hands-on training, creative idea brainstorming, and group discussions to design and create the Memory Photo Box. Evaluation was conducted using a pretest-posttest approach to assess improvements in students' creativity, understanding of emotional value in products, and the overall quality of their final creations. The results indicated a significant improvement across all three aspects. The outcomes of this activity include the physical Memory Photo Box products, an activity report, a scientific article, and the emergence of entrepreneurship potential based on student creativity. This activity is expected to serve as a real-life implementation of the Creativity and Innovation course, providing not only theoretical knowledge but also practical experience that directly contributes to the development of students' soft skills.*

**Keyword:** *Student Creativity, Product Innovation, Memory Photo Box, Emotional Value, Creative Entrepreneurship*

**Abstrak.** Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas mahasiswa melalui pengembangan *Memory Photo Box* sebagai produk inovatif yang memiliki nilai emosional tinggi dan dapat dijadikan hadiah personal. Produk ini dipilih karena mampu menggabungkan aspek estetika, fungsi, dan sentuhan emosional yang dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi pelatihan berbasis praktik langsung, brainstorming ide kreatif, serta diskusi kelompok untuk merancang dan membuat *Memory Photo Box*. Evaluasi dilakukan menggunakan pendekatan *pretest* dan *posttest* guna mengukur peningkatan kemampuan mahasiswa dalam hal kreativitas, pemahaman terhadap nilai emosional dalam produk, serta kualitas karya akhir yang dihasilkan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada ketiga aspek tersebut. Luaran dari kegiatan ini mencakup produk fisik *Memory Photo Box*, laporan kegiatan, artikel ilmiah, serta munculnya potensi kewirausahaan berbasis kreativitas mahasiswa. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi contoh implementasi nyata dari mata kuliah Kreativitas dan Inovasi yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dan berdampak langsung terhadap pengembangan soft skill mahasiswa.

**Kata Kunci:** *Kreativitas Mahasiswa, Inovasi Produk, Memory Photo Box, Nilai Emosional, Kewirausahaan Kreatif*

### PENDAHULUAN

Mahasiswa adalah bagian dari generasi muda yang sedang berada dalam masa penuh potensi, baik secara intelektual maupun dalam hal pengembangan keterampilan. Di era serba digital seperti saat ini, mereka tidak cukup hanya mengandalkan prestasi akademik. Mahasiswa juga diharapkan mampu berpikir kreatif dan menemukan solusi atas berbagai persoalan sosial maupun ekonomi yang terjadi di sekitar mereka (Siregar & Pratiwi, 2021). Tak sedikit dari mereka yang mulai menjajaki dunia wirausaha, khususnya

dalam industri kreatif, sebagai upaya untuk menyalurkan ide serta memperluas pengalaman. Kegiatan seperti ini sekaligus menjadi media untuk menumbuhkan rasa percaya diri dan kemandirian (Hidayat et al., 2022). Maka dari itu, penting bagi mahasiswa untuk didorong menciptakan karya nyata yang berdampak bagi masyarakat sekaligus memperkaya pengalaman belajarnya.

Namun dalam praktiknya, mahasiswa kerap dihadapkan pada tantangan yang nyata, salah satunya terkait dengan minimnya produk hadiah yang bisa memberikan kesan mendalam bagi penerimanya. Banyak produk yang beredar di pasaran cenderung bersifat umum, tidak personal, dan kurang menggugah sisi emosional, padahal banyak orang justru mencari hadiah yang punya makna lebih, terutama untuk momen istimewa seperti ulang tahun, kelulusan, atau hari peringatan tertentu (Ramadhani & Widodo, 2020). Dari sinilah muncul ide untuk mengembangkan *Memory Photo Box*, yakni sebuah kotak foto yang dirancang secara kreatif dan memiliki nilai emosional, sehingga bisa menjadi pilihan hadiah personal yang lebih bermakna. Selain memiliki nilai estetika, produk ini juga mengandung cerita dan kenangan, menjadikannya lebih dari sekadar barang biasa (Utami & Rizki, 2023). Ini sekaligus menjadi kesempatan bagi mahasiswa untuk menciptakan inovasi yang menyentuh aspek emosional konsumen.

Beberapa isu turut melatarbelakangi pentingnya pengembangan produk ini. Pertama, produk-produk hadiah yang ada saat ini masih cenderung monoton dan kurang menggambarkan kreativitas personal (Sari et al., 2021). Kedua, produk buatan mahasiswa seringkali belum menysasar sisi emosional sebagai nilai tambah yang kuat. Ketiga, belum semua mahasiswa sadar akan besarnya potensi industri kreatif sebagai peluang karier yang menjanjikan (Anwar & Setiawan, 2021). Selain itu, masih banyak yang menganggap kreativitas sebagai sesuatu yang tidak memiliki nilai ekonomi. Padahal, dengan pendekatan yang tepat, kreativitas bisa dikembangkan menjadi produk yang unik dan bernilai jual tinggi. Oleh karena itu, kegiatan berbasis pengembangan produk kreatif perlu didorong, agar mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen tren, tetapi juga pencipta inovasi.

Kegiatan ini bertujuan untuk mendampingi mahasiswa dalam merancang dan menghasilkan *Memory Photo Box* sebagai produk kreatif yang tidak hanya fungsional, tapi juga memiliki makna emosional. Dengan produk ini, mahasiswa belajar bagaimana menyusun konsep yang kuat, mengolah kreativitas menjadi sesuatu yang bernilai, dan memahami kebutuhan pasar yang terus berkembang (Puspitasari & Nugroho, 2020). Manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh mahasiswa sebagai pelaku, tapi juga oleh konsumen yang mendapatkan produk yang benar-benar bermakna. Selain itu, ini menjadi sarana bagi mahasiswa untuk lebih percaya diri dalam menekuni dunia industri kreatif secara serius (Susanti et al., 2022). Dengan dukungan yang tepat, mahasiswa mampu menjadi pionir perubahan melalui produk yang mereka ciptakan yang tidak hanya unik, tetapi juga penuh makna dan sentuhan emosional.

## METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 23 April 2025, dengan sasaran utama yaitu mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis semester 4 di Universitas Sahid Surakarta. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif, di mana mahasiswa terlibat langsung dalam seluruh proses, dari identifikasi masalah hingga evaluasi produk. Tujuannya adalah untuk mendorong pengembangan kreativitas, inovasi, dan kemampuan berwirausaha berbasis nilai emosional.

Tahapan pelaksanaan kegiatan dirangkum menjadi empat langkah utama sebagai berikut:

1. Persiapan dan *Pretest*

Kegiatan diawali dengan persiapan teknis dan konseptual. Tim pelaksana bersama mahasiswa melakukan identifikasi masalah di pasar terkait minimnya produk hadiah personal yang memiliki nilai emosional. Kemudian dilakukan *pretest* untuk mengukur pemahaman awal mahasiswa tentang desain kreatif, aspek emosional produk, serta peluang bisnis di industri kreatif. Pembentukan tim kerja juga dilakukan pada tahap ini.

2. Pelatihan dan Perancangan Produk

Mahasiswa mendapatkan pelatihan mengenai prinsip desain kreatif, teknik personalisasi, serta pemilihan bahan yang sesuai. Setelah itu, mereka menyusun desain awal *Memory Photo Box* yang memperhatikan elemen estetika dan nilai emosional. Kegiatan ini berfokus pada pengembangan ide menjadi konsep produk yang matang, melalui diskusi, brainstorming, dan visualisasi desain.

3. Pembuatan Prototipe dan Implementasi Produk

Pada tahap ini, desain yang telah dirancang dikembangkan menjadi prototipe nyata. Mahasiswa memproduksi *Memory Photo Box* berdasarkan konsep yang telah disusun sebelumnya. Fokus utama pada tahap ini adalah penguatan keterampilan teknis dan ketelitian dalam implementasi desain, seperti pemotongan bahan, perakitan, dan penyusunan elemen dekoratif. Produk akhir kemudian disiapkan untuk dipresentasikan, namun belum diuji secara formal.

4. Evaluasi dan *Posttest*

Setelah produk selesai, dilakukan proses evaluasi dengan menilai aspek fungsional, estetika, dan keterikatan emosional dari produk melalui masukan dari dosen dan responden. Mahasiswa kemudian melakukan revisi jika diperlukan. *Posttest* dilaksanakan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa dibandingkan sebelum pelaksanaan. Dokumentasi produk, proses, dan hasil evaluasi menjadi bagian dari luaran kegiatan ini.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan dan pengembangan produk *Memory Photo Box* yang dilaksanakan pada tanggal 23 April 2025 menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kemampuan mahasiswa, baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan praktis. Sebelum pelatihan dimulai, mayoritas mahasiswa belum memiliki pengalaman

dalam pembuatan produk kerajinan tangan yang kompleks dan bernilai emosional. Namun setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, terjadi peningkatan yang signifikan dalam pemahaman mereka terhadap konsep desain produk kreatif yang personal dan bermakna. Mahasiswa mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan ke dalam praktik nyata, mulai dari tahap perencanaan desain, pemilihan bahan yang sesuai, hingga proses perakitan yang membutuhkan ketelitian dan kreativitas. Mereka juga berhasil mengembangkan *Memory Photo Box* dengan berbagai elemen personalisasi seperti ruang pesan tersembunyi, penggunaan warna tematik, penambahan hiasan estetis, dan penyesuaian desain berdasarkan momen tertentu seperti ulang tahun, wisuda, dan lain-lain.

Dalam proses produksi, mahasiswa menunjukkan kemampuan adaptasi dan pemecahan masalah saat menghadapi kendala teknis, seperti kesulitan dalam menyusun komponen produk atau menyesuaikan desain dengan bahan yang tersedia. Hal ini mencerminkan adanya peningkatan keterampilan berpikir kritis dan inovatif yang menjadi salah satu tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini. Selain itu, kerja sama tim dalam perancangan dan produksi produk juga terlihat semakin solid seiring berlangsungnya kegiatan. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk kreatif yang layak secara estetika dan fungsional, tetapi juga berhasil meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pentingnya nilai emosional dalam produk industri kreatif.



**Gambar 1.** Proses Pembuatan Produk *Memory Photo Box* oleh Mahasiswa



**Gambar 2.** Hasil Akhir Produk Inovatif *Memory Photo Box* sebagai Hadiah Personal

Kegiatan ini tidak hanya melatih keterampilan teknis dan kreativitas, tetapi juga memperkuat kemampuan kolaborasi serta problem solving mahasiswa. Hasil akhirnya menunjukkan bahwa mahasiswa mampu menciptakan produk hadiah yang unik, personal, dan bermakna, dengan potensi untuk dikembangkan lebih lanjut dalam industri kreatif dan dunia kewirausahaan.

### **Pembahasan**

Untuk mengukur efektivitas kegiatan pelatihan dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa, dilakukan evaluasi melalui *pretest* dan *posttest* berdasarkan empat indikator utama. Setiap indikator merepresentasikan aspek penting dalam pengembangan produk

kreatif *Memory Photo Box*, yaitu dari segi pemahaman konsep desain, keterampilan teknis, kreativitas, serta kesadaran terhadap potensi bisnis industri kreatif. Hasil pengukuran ini disajikan dalam bentuk persentase sebagai gambaran sejauh mana terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa setelah mengikuti pelatihan. Adapun rincian perbandingan hasil *pretest* dan *posttest* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.** Perbandingan Hasil *Pretest* dan *Posttest*

No.	Indikator	Skor <i>Pretest</i> (%)	Skor <i>Posttest</i> (%)	Peningkatan (%)
1	Pemahaman konsep desain produk personal dan emosional	45%	85%	+40%
2	Keterampilan teknis dalam perancangan dan pembuatan produk	38%	80%	+42%
3	Kreativitas dan kemampuan pemecahan masalah	50%	88%	+38%
4	Kesadaran terhadap peluang bisnis dalam industri kreatif	42%	83%	+41%

Hasil *pretest* dan *posttest* menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan mahasiswa setelah mengikuti pelatihan. Peningkatan ini terlihat pada empat indikator utama yang mencerminkan aspek pengetahuan, keterampilan, kreativitas, dan kesadaran berwirausaha. Berikut penjelasan peningkatan setiap indikator:

1. Pemahaman konsep desain produk personal dan emosional (+40%)  
Pada awal kegiatan, mahasiswa masih terbatas dalam memahami bahwa desain produk bukan hanya soal estetika, melainkan juga melibatkan aspek psikologis dan empati terhadap penerima. Setelah pelatihan, pemahaman ini meningkat signifikan, ditunjukkan dengan kemampuan mereka menyusun desain yang menyentuh sisi emosional, seperti ruang pesan tersembunyi dan tema-tema personal.
2. Keterampilan teknis dalam perancangan dan pembuatan produk (+42%)  
Sebelum pelatihan, mayoritas peserta belum terbiasa membuat kerajinan dengan struktur dan teknik yang tepat. Setelah mendapatkan pembekalan dan praktik langsung, mahasiswa mampu membuat *Memory Photo Box* dengan kualitas rapi dan sesuai desain, menunjukkan peningkatan keterampilan teknis yang substansial.
3. Kreativitas dan kemampuan pemecahan masalah (+38%)  
Mahasiswa menunjukkan peningkatan dalam cara mereka menangani kendala seperti keterbatasan bahan atau kesalahan konstruksi. Mereka lebih cepat beradaptasi dan menyusun alternatif solusi secara kreatif, sebuah keterampilan penting dalam industri kreatif berbasis inovasi.
4. Kesadaran terhadap peluang bisnis dalam industri kreatif (+41%)

Sebelum pelatihan, sebagian besar mahasiswa belum melihat kerajinan tangan sebagai peluang usaha. Setelah memahami strategi branding dan nilai jual produk berbasis emosi, mereka mulai menyadari potensi komersial *Memory Photo Box* dan pentingnya diferensiasi produk dalam pasar hadiah personal.

Secara keseluruhan, hasil *pretest* dan *posttest* menunjukkan bahwa pelatihan ini efektif dalam meningkatkan kemampuan mahasiswa pada semua indikator yang diukur. Peningkatan yang signifikan pada pemahaman konsep desain, keterampilan teknis, kreativitas, dan kesadaran bisnis membuktikan bahwa metode pelatihan yang diterapkan mampu membekali mahasiswa dengan kompetensi yang diperlukan untuk mengembangkan produk kreatif berbasis nilai emosional

## KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pengembangan produk *Memory Photo Box* yang dilaksanakan pada mahasiswa Administrasi Bisnis semester 4 berhasil memberikan dampak positif yang signifikan. Terbukti dari hasil *pretest* dan *posttest*, terjadi peningkatan kemampuan mahasiswa dalam memahami konsep desain produk personal berbasis nilai emosional, menguasai keterampilan teknis pembuatan produk, serta mengembangkan kreativitas dan kemampuan pemecahan masalah selama proses produksi. Produk *Memory Photo Box* yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai estetika dan fungsi yang baik, tetapi juga mampu menyampaikan pesan dan makna emosional yang personal bagi penerimanya. Hal ini menunjukkan bahwa pengintegrasian nilai emosional dalam produk kreatif dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperkuat daya tarik dan keunikan produk di pasar. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya mengasah keterampilan teknis dan kreatif mahasiswa, tetapi juga memperkuat kemampuan mereka dalam menjalankan kewirausahaan berbasis inovasi dan nilai personal. Pelatihan serupa sangat direkomendasikan untuk terus dikembangkan sebagai upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia di bidang industri kreatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, R., & Setiawan, H. (2021). Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 9(2), 101–110.
- Hidayat, R., Fitriani, D., & Sari, M. (2022). Peran Generasi Muda dalam Ekonomi Kreatif Digital. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*, 11(1), 33–40.
- Puspitasari, T., & Nugroho, A. (2020). Kreativitas Mahasiswa dalam Rangka Penguatan Produk Inovatif Lokal. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 7(2), 77–84.
- Ramadhani, L., & Widodo, A. (2020). Nilai Emosional dalam Produk Hadiah Kreatif. *Jurnal Psikologi Dan Desain Produk*, 6(1), 45–53.
- Sari, R. P., Wulandari, I., & Lestari, A. (2021). Peran Kreativitas dalam Pengembangan Produk Kerajinan Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 10(2), 145–152.

Peningkatan Kreativitas Mahasiswa melalui Inovasi Produk *Memory Photo Box* sebagai Hadiah Personal Berbasis Nilai Emosional.

Siregar, A., & Pratiwi, N. (2021). Pengembangan Soft Skill Mahasiswa melalui Kegiatan Wirausaha Sosial. *Jurnal Pendidikan Tinggi*, 8(3), 213–220.

Susanti, R., Maulana, T., & Dwi, N. (2022). Pemberdayaan Mahasiswa dalam Industri Kreatif Berbasis Komunitas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 56–64.

Utami, S., & Rizki, D. (2023). Desain Produk Personal dengan Nilai Emosional: Studi pada Generasi Z. *Jurnal Desain Dan Inovasi*, 5(108), 99–108.