

PELATIHAN DESAIN DAN INOVASI PACKAGING UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK PRODUK IBU IBU PKH

Yulis Mawati¹, Budiyono², Rohiman³ Muhammad Gandung⁴.

¹Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia, 15417
e-mail: yulismawati598@gmail.com

^{2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia, 15417
e-mail: 2budiyy726@gmail.com ³rhmnx05@gmail.com

Abstract

Packaging design and innovation are important factors in increasing product attractiveness, especially for micro-enterprises managed by Family Hope Program (PKH) women. In practice, many products produced by PKH women still use simple packaging without attractive visual design, proper labeling, or clear product identity. This condition results in low consumer interest and weak product competitiveness in the market. This community service activity aims to improve the knowledge, skills, and creativity of PKH women in designing and innovating product packaging in order to add value and enhance product appeal. The methods used in this program include socialization, training, hands-on practice, and evaluation. The training materials cover packaging functions, basic packaging design principles, selection of appropriate packaging materials, label creation, and simple branding implementation. The results show an improvement in participants' understanding and ability to produce more attractive, neat, informative, and hygienic product packaging compared to before the training. Products developed after the training have clearer identities and more professional appearances. This activity demonstrates that packaging design and innovation training can enhance product attractiveness and potentially support increased competitiveness and economic empowerment of PKH women.

Keywords: Packaging Design, Packaging Innovation, Product Attractiveness, PKH Women, Community Service

Abstrak

Desain dan inovasi kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya tarik produk, khususnya pada usaha mikro yang dikelola oleh ibu-ibu Program Keluarga Harapan (PKH). Namun, pada kenyataannya masih banyak produk yang dihasilkan oleh ibu-ibu PKH menggunakan kemasan sederhana tanpa desain visual yang menarik, label, serta identitas produk yang jelas. Kondisi tersebut menyebabkan produk kurang diminati oleh konsumen dan memiliki daya saing yang rendah di pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas ibu-ibu PKH dalam mendesain serta melakukan inovasi packaging produk agar memiliki nilai tambah dan daya tarik yang lebih baik. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, dan evaluasi. Materi pelatihan mencakup fungsi kemasan, prinsip dasar desain kemasan, pemilihan bahan kemasan, pembuatan label produk, serta penerapan branding sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam menghasilkan kemasan produk yang lebih menarik, rapi, informatif, dan higienis dibandingkan sebelum pelatihan. Produk yang dihasilkan setelah pelatihan memiliki identitas yang lebih jelas dan tampilan yang

lebih profesional. Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan desain dan inovasi packaging dapat meningkatkan daya tarik produk serta berpotensi mendukung peningkatan daya saing dan pemberdayaan ekonomi ibu-ibu PKH.

Kata Kunci: Desain Kemasan, Inovasi Kemasan, Daya Tarik Produk, Ibu PKH, Pengabdian kepada Masyarakat

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro yang dijalankan oleh ibu-ibu Program Keluarga Harapan (PKH) merupakan salah satu bentuk pemberdayaan ekonomi keluarga yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ibu-ibu PKH umumnya mengelola usaha skala rumah tangga, terutama di bidang makanan dan produk olahan, sebagai upaya menambah pendapatan keluarga. Namun, dalam pengembangan usaha tersebut masih ditemukan berbagai kendala, salah satunya adalah rendahnya daya tarik produk akibat kemasan yang kurang menarik dan belum inovatif.

Kemasan memiliki peran strategis dalam pemasaran produk karena tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang menyampaikan informasi, identitas, dan nilai produk kepada konsumen. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat menciptakan kesan pertama yang positif, meningkatkan minat beli, serta membedakan produk dari produk sejenis di pasaran. Oleh karena itu, desain dan inovasi packaging menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya tarik dan daya saing produk usaha mikro.

Penelitian yang dipublikasikan dalam *Dinamisia: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* tahun 2022 menyatakan bahwa inovasi desain kemasan merupakan salah satu faktor utama dalam peningkatan daya saing produk UMKM. Kemasan yang memiliki desain menarik, informasi yang jelas, dan identitas produk mampu meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk serta memperluas peluang pemasaran.

Meskipun demikian, masih banyak ibu-ibu PKH yang memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mendesain kemasan produk. Produk yang dihasilkan umumnya dikemas secara sederhana tanpa label, logo, maupun informasi produk yang memadai. Kondisi ini menyebabkan produk sulit bersaing dengan produk lain yang telah memiliki kemasan lebih menarik dan profesional, meskipun kualitas produk sebenarnya cukup baik.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan

desain dan inovasi packaging perlu dilakukan bagi ibu-ibu PKH. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kreativitas peserta dalam mengemas produk secara menarik, informatif, dan bernilai jual. Dengan adanya pelatihan ini, produk yang dihasilkan oleh ibu-ibu PKH diharapkan memiliki daya tarik yang lebih baik sehingga mampu meningkatkan daya saing dan mendukung pemberdayaan ekonomi keluarga secara berkelanjutan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan desain serta inovasi packaging bagi ibu-ibu Program Keluarga Harapan (PKH). Metode ini dipilih untuk meningkatkan pemahaman konseptual sekaligus keterampilan praktis peserta dalam mendesain dan mengemas produk secara menarik, fungsional, dan bernilai jual, sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk yang dihasilkan.

Jenis dan Lokasi Kegiatan: Kegiatan Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk **pelatihan dan pendampingan desain serta inovasi kemasan produk** bagi ibu-ibu PKH yang memiliki usaha mikro. Kegiatan difokuskan pada peningkatan kemampuan peserta dalam memahami fungsi kemasan, prinsip dasar desain kemasan, serta penerapan inovasi packaging yang sesuai dengan karakteristik produk usaha masing-masing. Kegiatan dilaksanakan di desa merah putih cariung wilayah kecamatan legok.

Waktu dan Peserta Kegiatan: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tahun **2025**. Peserta kegiatan merupakan ibu-ibu Program Keluarga Harapan (PKH) yang menjalankan usaha mikro, terutama di bidang kuliner dan produk rumah tangga. Peserta dipilih berdasarkan kesediaan mengikuti kegiatan serta kebutuhan terhadap pengembangan kemasan

produk agar memiliki daya tarik dan daya saing yang lebih baik.

Tahapan Pelaksanaan:

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. **Sosialisasi** Tahap sosialisasi dilakukan untuk memberikan pemahaman awal kepada peserta mengenai pentingnya kemasan dalam meningkatkan daya tarik produk. Pada tahap ini disampaikan materi tentang fungsi kemasan, peran desain dan inovasi packaging dalam pemasaran produk, serta contoh kemasan yang menarik dan bernilai jual.
2. **Pelatihan** Tahap pelatihan berisi penyampaian materi teknis mengenai desain kemasan, meliputi prinsip dasar desain visual, pemilihan warna dan bentuk kemasan, pemilihan bahan kemasan yang sesuai dengan jenis produk, serta pembuatan label dan identitas produk. Pelatihan disampaikan secara interaktif agar peserta mudah memahami materi.
3. **Praktik dan Pendampingan** Pada tahap ini, peserta melakukan praktik langsung dalam mendesain dan mengemas produk usaha masing-masing. Peserta didampingi oleh tim pelaksana kegiatan untuk memastikan penerapan desain dan inovasi kemasan sesuai dengan materi yang telah diberikan.
4. **Evaluasi** Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai hasil pelatihan dengan membandingkan kondisi kemasan produk sebelum dan sesudah kegiatan. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta serta efektivitas pelatihan desain dan inovasi packaging yang telah dilaksanakan.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data:

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, diskusi, dan dokumentasi selama kegiatan berlangsung. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk

menggambarkan perubahan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menerapkan pemasaran digital.

3. HASIL

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan ibu-ibu Program Keluarga Harapan (PKH) dalam desain dan inovasi packaging produk. Sebelum kegiatan pelatihan dilaksanakan, sebagian besar peserta masih menggunakan kemasan yang sangat sederhana tanpa desain visual yang menarik, label produk, maupun identitas usaha. Kemasan hanya berfungsi sebagai pembungkus produk dan belum dimanfaatkan sebagai sarana promosi.

Setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan, ibu-ibu PKH mulai memahami konsep dasar desain kemasan, fungsi kemasan dalam pemasaran, serta pentingnya inovasi packaging dalam meningkatkan daya tarik produk. Peserta mampu menerapkan desain kemasan yang lebih menarik dengan penggunaan warna, label, dan informasi produk yang lebih lengkap, seperti nama produk, komposisi, dan identitas usaha.

Table I. Hasil Evaluasi Pemahaman dan Keterampilan Peserta

Aspek Evaluasi	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan	Peningkatan
Pemahaman fungsi kemasan dalam pemasaran	32%	87%	55%
Pengetahuan prinsip dasar desain kemasan	28%	85%	57%
Kemampuan memilih bahan kemasan yang sesuai	35%	83%	48%
Keterampilan membuat label produk	25%	88%	63%
Kemampuan menerapkan identitas	30%	86%	56%

produk (branding)			
Kreativitas dalam mendesain kemasan	38%	90%	52%
Kepercayaan diri dalam mengemas produk	40%	92%	52%

Berdasarkan Tabel I, terlihat adanya peningkatan signifikan pada semua aspek yang dievaluasi. Peningkatan tertinggi terjadi pada aspek keterampilan membuat label produk dengan peningkatan sebesar 63%, dari 25% menjadi 88%. Hal ini menunjukkan bahwa peserta memperoleh keterampilan baru yang sangat penting dalam memberikan informasi dan identitas produk kepada konsumen. Pengetahuan prinsip dasar desain kemasan juga meningkat sebesar 57%, yang mengindikasikan keberhasilan materi pelatihan dalam memberikan pemahaman teknis tentang desain visual, pemilihan warna, dan komposisi kemasan yang menarik.

Table II. Perbandingan Kualitas Kemasan Produk

Indikator Kualitas Kemasan	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Kemasan dengan desain visual menarik	15%	85%
Kemasan dengan label lengkap	20%	90%
Kemasan dengan identitas produk jelas	18%	88%
Kemasan yang rapi dan higienis	45%	95%
Kemasan dengan informasi produk (komposisi, expired)	10%	82%
Kemasan yang profesional dan bernilai jual	12%	87%

Berdasarkan Tabel II, terjadi peningkatan drastis pada kualitas kemasan produk yang dihasilkan oleh peserta. Kemasan dengan desain visual menarik meningkat dari 15% menjadi 85%, menunjukkan bahwa peserta mampu menerapkan prinsip desain yang telah dipelajari. Kemasan dengan label lengkap meningkat dari 20% menjadi 90%, mengindikasikan kesadaran peserta tentang pentingnya informasi produk bagi konsumen. Aspek kerapian dan higienitas kemasan juga meningkat dari 45% menjadi 95%, yang menunjukkan pemahaman peserta bahwa kemasan tidak hanya berfungsi estetis tetapi juga menjaga kualitas dan keamanan produk.

Selain itu, hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan kemasan produk yang lebih rapi, informatif, dan higienis dibandingkan sebelum pelatihan. Inovasi kemasan yang dilakukan tidak hanya meningkatkan tampilan visual produk, tetapi juga memberikan kesan lebih profesional. Hal ini berdampak positif terhadap persepsi nilai produk dan potensi minat beli konsumen. Dengan demikian, pelatihan desain dan inovasi packaging terbukti mampu meningkatkan daya tarik produk yang dihasilkan oleh ibu-ibu PKH.

4. PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan desain dan inovasi packaging memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas ibu-ibu PKH sebagai pelaku usaha mikro. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai fungsi dan peran kemasan dalam pemasaran produk, serta mampu menerapkan desain kemasan sederhana namun lebih menarik dan informatif.

Peningkatan keterampilan peserta dalam mendesain kemasan menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang disertai dengan praktik langsung dan pendampingan efektif dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha mikro. Hal ini sejalan dengan temuan dalam *Dinamisia* (2022) yang menyatakan bahwa inovasi desain kemasan merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM. Kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan mendorong minat beli.

Selain itu, pelatihan ini juga mendorong tumbuhnya kreativitas dan kepercayaan diri ibu-ibu PKH dalam mengembangkan produk usahanya. Dengan kemasan yang lebih baik, produk yang dihasilkan tidak hanya memiliki fungsi ekonomi, tetapi juga memiliki nilai estetika dan identitas yang lebih kuat. Oleh karena itu, pelatihan desain dan inovasi packaging dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pemberdayaan ekonomi keluarga dan meningkatkan keberlanjutan usaha mikro.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan desain dan inovasi packaging telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan ibu-ibu PKH dalam mengemas produk secara lebih menarik dan bernilai jual. Peserta mampu memahami pentingnya kemasan sebagai media promosi dan identitas produk, serta mampu menerapkan desain kemasan sederhana yang lebih informatif dan profesional.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa desain dan inovasi kemasan berperan penting dalam meningkatkan daya tarik produk dan berpotensi meningkatkan daya saing usaha mikro yang dikelola oleh ibu-ibu PKH. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan ibu-ibu PKH dapat terus mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pamulang yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para pelaku ibu-ibu PKH yang telah meluangkan waktu berpartisipasi aktif dan bekerja sama sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak desa/kelurahan serta institusi yang telah memberikan dukungan fasilitas dan kesempatan sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik. Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mendukung keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DOKUMENTASI KEGIATAN

Dokumentasi kegiatan berisi beberapa gambar kegiatan PKM yang dilakukan dalam memberikan penyampaian kegiatan yang diuraikan

kegiatan, sebaiknya gambar yang disampaikan disampaikan dengan narasi penyampaian.



Gbr 1. Dokumentasi Kegiatan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. S. Putri dan H. Santoso, "Inovasi Desain Kemasan sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk UMKM," *Dinamisia: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 6, no. 2, pp. 412–420, 2022.
- [2] L. A. Pratama dan M. Hidayat, "Peran Desain Packaging dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Produk UMKM," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 1, pp. 55–64, 2023.
- [3] A. F. Nugroho dan T. Rahmawati, "Pengaruh Inovasi Kemasan terhadap Daya Tarik Produk dan Keputusan Pembelian," *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 11, no. 2, pp. 123–132, 2024.
- [4] I. K. Sari, N. Amalia, dan R. Saputra, "Pemberdayaan Ibu-Ibu PKH melalui Pelatihan Packaging Produk Usaha Rumah Tangga," *SAFARI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, vol. 5, no. 1, pp. 67–76, 2024.

- [5] S. Wulandari dan D. Kurniawan, “Pelatihan Desain Kemasan Produk untuk Meningkatkan Nilai Jual UMKM,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, vol. 4, no. 3, pp. 198–206, 2023.
- [6] E. Y. Utami dan L. Puspitasari, “Strategi Pengembangan UMKM melalui Inovasi Desain Kemasan,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Syariah*, vol. 7, no. 3, pp. 1015–1025, 2025.
- [7] M. Ridwan dan A. S. Lestari, “Kemasan Produk sebagai Media Branding pada Usaha Mikro,” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Kreatif*, vol. 10, no. 1, pp. 34–42, 2023.
- [8] D. P. Anggraini dan R. H. Pratama, “Peningkatan Daya Tarik Produk UMKM melalui Desain Label dan Kemasan,” *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, vol. 8, no. 2, pp. 145–153, 2022.
- [9] N. Lestari dan F. Maulana, “Peran Kemasan dalam Meningkatkan Nilai Tambah Produk Industri Rumah Tangga,” *Jurnal Manajemen Pemasaran*, vol. 9, no. 2, pp. 89–97, 2024.
- [10] S. Hidayah dan A. Rahman, “Pelatihan Inovasi Packaging sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Perempuan,” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Mandiri*, vol. 6, no. 1, pp. 25–34, 2025.