

BERKREASI DENGAN KEMASAN: PELATIHAN PENGEMASAN PRODUK YANG UNIK DAN MENARIK

Nadia Ulfa Agustin Hilman¹, Dede Sri Rahayu², Nadya Ayu Lestari³, Rizal Fahmi Syaiful⁴, Alfin Nur Fahmi Mufreni⁵, Rani Nurnawati⁶, Luthfie Hadie Nugraha Darmawan⁷, Fitri Ajeng Sari⁸, Rodhiyah⁹

^{1,2,3,4,5,7,8,9} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Siliwangi

⁶Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Tasikmalaya (IAIT)

Article History

Received : November 2025

Revised : November 2025

Accepted : Desember 2025

Corresponding author*:

Nadia Ulfa Agustin Hilman

Contact:

nadiaulfa@unsil.ac.id

Cite This Article:

Hilman, N. U. A., Rahayu, D. S., Lestari, N. A., Syaiful, R. F., Mufreni, A. N. F., Nurnawati, R., ... Rodhiyah. (2025). BERKREASI DENGAN KEMASAN: PELATIHAN PENGEMASAN PRODUK YANG UNIK DAN MENARIK. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 4(03), 29–33.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jammu.v4i03.2360>

Abstract: This research aims to enhance the product competitiveness of returned migrants through packaging and labeling training. The intensive one-day program included theoretical instruction, practical application, and a product launch event, involving 20 returned migrants. The results indicate that appealing, portable, and informative packaging improves perceived quality and drives purchasing decisions. Practical sessions equipped participants with skills in packaging selection, label design, and product packaging. Canvassing provided direct market feedback. This training is expected to be a starting point for returned migrants to develop sustainable businesses and contribute to the local economy.

Keywords: Returned Migrants, Entrepreneurship, Packaging Training, Label Design, Product Competitiveness, Local Economy.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan meningkatkan daya saing produk purna migran melalui pelatihan kemasan dan label. Pelatihan intensif satu hari ini mencakup teori, praktik, dan launching produk, diikuti oleh 20 purna migran. Hasilnya menunjukkan kemasan yang menarik, mudah dibawa, dan informatif meningkatkan persepsi kualitas dan mendorong pembelian. Sesi praktik membekali peserta dengan keterampilan memilih kemasan, mendesain label, dan mengemas produk. Canvassing memberikan umpan balik pasar langsung. Diharapkan, pelatihan ini menjadi langkah awal bagi purna migran mengembangkan usaha berkelanjutan dan berkontribusi pada ekonomi lokal.

Kata Kunci: Purna Migran, Kewirausahaan, Pelatihan Kemasan, Desain Label, Daya Saing Produk, Ekonomi Lokal

PENDAHULUAN

Purna migran yang kembali ke tanah air seringkali dihadapkan pada tantangan dalam beradaptasi dan mencari nafkah. Purna migran memiliki potensi besar untuk menjadi motor penggerak ekonomi lokal melalui kewirausahaan. Semangat kewirausahaan yang tinggi seringkali menjadi modal utama mereka. Namun, semangat saja tidak cukup. Pasar lokal telah diisi oleh wirausahan yang lebih dulu terjun dan memiliki pemahaman mendalam tentang dinamika pasar, selera konsumen, serta strategi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, purna migran tidak hanya membutuhkan pelatihan produksi, tetapi juga pembekalan komprehensif tentang bagaimana bersaing secara efektif dengan wirausahan yang sudah mapan. Pelatihan kemasan dan label produk, sebagai bagian dari strategi pemasaran yang lebih luas, menjadi krusial dalam hal ini.

Dalam dunia pemasaran, kemasan dan label adalah dua elemen penting yang tak terpisahkan. Kemasan adalah bahan yang digunakan untuk mewadahi atau membumkus produk, baik yang bersentuhan langsung dengan produk maupun tidak [1]. Kemasan produk selalu menjadi permasalahan serius karena menyangkut identitas dari suatu produk [2]. Kemasan produk bukan hanya berfungsi sebagai pembungkus, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang menyampaikan berbagai informasi penting kepada konsumen [3]. Kemasan juga merupakan pelindung suatu barang yang di produksi untuk menjaga kualitas Nadia Ulfa Agustin Hilman, Dede Sri Rahayu, Nadya Ayu Lestari, Rizal Fahmi Syaiful, Alfin Nur Fahmi Mufreni, Rani Nurnawati, Luthfie Hadie Nugraha Darmawan, Fitri Ajeng Sari, Rodhiyah

produk hingga sampai pada konsumen dan kemasan juga dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dibagun oleh seseorang untuk menjaga ekuitas merek sehingga dapat mendongkrak penjualan [2]. Penggunaan kemasan yang bagus maka citra produk pun tidak jauh kemungkinan mencapai tingkat keberhasilan [4].

Label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan [1]. Label memiliki beragam fungsi vital dalam pemasaran produk, di antaranya mengidentifikasi produk atau merek agar mudah dikenali konsumen, menentukan kelas produk untuk memberikan informasi mengenai kualitas atau kategori, menggambarkan detail penting seperti produsen, lokasi dan waktu pembuatan, komposisi, cara penggunaan, serta petunjuk keamanan, dan yang tak kalah penting, mempromosikan produk melalui desain visual yang menarik perhatian [1].

Desain kemasan yang efektif mampu menarik perhatian konsumen, memengaruhi keputusan pembelian, dan meningkatkan persepsi terhadap kualitas produk [3]. Desain kemasan juga berfungsi sebagai “*silent salesman*” yang mampu meningkatkan nilai jual produk sehingga dengan adanya desain kemasan kreatif dapat membantu meningkatkan nilai jual produk lebih tinggi di pasar [2].

Namun, meskipun desain kemasan sangat penting, tidak semua desain kemasan dapat menyampaikan pesan yang efektif kepada konsumen [3]. Penggunaan kemasan dinilai kurang menarik serta kurang memberi informasi yang dibutuhkan karena konsumen umumnya memiliki keinginan dalam memenuhi kebutuhan yang tidak pernah berakhir sesuai dengan preferensi, kenyamanan dan keinginan [4]. Dengan demikian, pemahaman mendalam tentang bagaimana pesan-pesan desain yang diterapkan pada kemasan produk dapat memengaruhi cara konsumen memandang produk tersebut serta bagaimana mereka membuat keputusan pembelian menjadi sangat krusial dalam strategi pemasaran.

METODE PENELITIAN

Metode pelatihan ini dirancang secara komprehensif dalam satu hari intensif, mencakup sesi teori yang memperkenalkan jenis kemasan, prinsip desain, dan studi kasus kemasan sukses. Kemudian, sesi praktik difokuskan pada pemilihan kemasan yang sesuai dengan produk, pengenalan desain yang menarik, serta *customization* label yang telah disediakan. Puncak dari pelatihan ini adalah sesi *launching* produk, di mana peserta mempresentasikan aplikasi desain kemasan mereka dan menerima umpan balik konstruktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desain kemasan berfungsi tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media promosi dan identitas merek [5]. Kemasan yang menarik secara visual, mudah dibawa, serta menyampaikan informasi yang relevan dapat meningkatkan persepsi kualitas dan mendorong keputusan pembelian.

Pelatihan kemasan dan label produk ini diikuti oleh 20 peserta yang merupakan purna migran yang pernah bekerja di luar negeri seperti Malaysia, Singapura, Taiwan, dan lain sebagainya. Pelatihan kemasan dan label ini dilaksanakan selama 1 hari di Desa Tegalsari Kabupaten Temanggung Jawa Tengah. Adapun tujuan dilakukannya pelatihan ini adalah untuk meningkatkan daya saing produk-produk yang dihasilkan oleh para purna migran melalui kemasan yang menarik dan efektif. Berikut merupakan tahapan-tahapan pelaksanaan pelatihannya :

1. Observasi
Tahap ini, tim melakukan observasi lokasi dan melakukan koordinasi dengan Pemerintah Desa Tegalsari Kabupaten Temanggung terkait dengan calon peserta bekerja di luar negeri untuk mengikuti pelatihan ini.
2. Pelaksanaan pelatihan
Desain kemasan berperan penting dalam pemasaran produk karena menggambarkan wajah dari produk itu sendiri [2] . Kemasan produk selalu menjadi permasalahan serius karena menyangkut identitas dari suatu produk. Penggunaan kemasan yang bagus maka citra produk pun tidak jauh kemungkinan mencapai tingkat keberhasilan[4]. Penggunaan kemasan dinilai kurang menarik serta kurang memberi informasi yang dibutuhkan karena konsumen umumnya memiliki keinginan dalam memenuhi kebutuhan yang tidak pernah berakhir sesuai dengan preferensi, kenyamanan dan keinginan [4]. Konsumen akan secara cepat menilai daya tarik suatu produk dalam lima detik pertama berdasarkan kemasan, merek, harga, promosi, dan (elemen kelima), yang masing-masing berkontribusi pada keputusan apakah produk tersebut menarik perhatian atau tidak [6].

Kegiatan pelatihan kemasan dan label produk di Desa Tegalsari Kabupaten Temanggung ini dilaksanakan selama 1 hari. Pada pelaksanaan pelatihan ini dibagi menjadi 3 sesi yaitu sesi teori, sesi praktik, dan sesi *launching* produk.

Pada sesi teori, peserta dibekali dengan pemahaman komprehensif mengenai berbagai aspek penting dalam desain kemasan. Peserta mempelajari prinsip-prinsip desain kemasan yang efektif, yang mencakup elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak, serta bagaimana elemen-elemen ini dapat dikombinasikan untuk menciptakan kemasan yang menarik perhatian dan mudah diingat. Selain itu, peserta juga mendapatkan wawasan mengenai pemilihan bahan kemasan yang tepat, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti daya tahan, keberlanjutan, dan kesesuaian dengan jenis produk. Lebih lanjut, sesi ini juga membahas regulasi terkait pelabelan produk, yang mencakup informasi wajib yang harus dicantumkan pada kemasan, seperti nama produk, komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan informasi nutrisi (jika relevan). Peserta juga mempelajari tentang standar dan sertifikasi yang berlaku untuk produk tertentu, serta bagaimana memastikan kepatuhan terhadap regulasi agar produk dapat dipasarkan secara legal dan aman.

Pada sesi praktik, setiap peserta menerima label dan kemasan yang telah disiapkan khusus oleh tim penyelenggara. Desain label dan jenis kemasan ini telah disesuaikan dengan karakteristik produk yang akan dijual oleh peserta, sehingga relevan dan aplikatif. Selain itu, peserta juga mendapatkan *softfile* desain label yang dapat diedit dan disesuaikan lebih lanjut sesuai dengan kebutuhan produk masing-masing. Misalnya, peserta dapat dengan mudah menambahkan informasi varian rasa, komposisi tambahan, atau logo merek mereka sendiri pada desain label tersebut. Sesi praktik ini juga mencakup pelatihan intensif mengenai cara mengemas produk yang baik dan benar. Peserta diajarkan teknik-teknik pengemasan yang efektif untuk melindungi produk dari kerusakan selama transportasi dan penyimpanan, serta untuk memastikan tampilan produk tetap menarik di mata konsumen. Mereka juga mempelajari tentang pentingnya kebersihan dan sanitasi dalam proses pengemasan, serta bagaimana memilih bahan pengemas yang aman dan sesuai dengan standar kesehatan. Sebagai tambahan, peserta juga mendapatkan kesempatan untuk mempraktikkan cara memindahkan produk ke dalam kemasan yang menarik dan dilatih menggunakan mesin pengemas modern. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses pengemasan, serta untuk memberikan peserta keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam bisnis mereka. Dengan demikian, peserta diharapkan dapat menghasilkan produk dengan kemasan yang profesional, menarik, dan sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen.

Sesi *launching* produk menjadi puncak dari rangkaian pelatihan yang telah diikuti oleh para purna migran. Pada sesi ini, produk-produk inovatif yang telah mereka hasilkan dengan penuh dedikasi, kini tampil dengan wajah baru yang lebih menarik dan siap untuk dipasarkan. Kemasan yang dirancang dengan cermat, label yang informatif, serta tampilan yang profesional, mencerminkan semangat baru dan harapan akan kesuksesan di pasar.

Pada sesi *launching* produk ini, produk-produk yang telah dihasilkan oleh purna migran pada pelatihan sebelumnya diberi kemasan baru yang menarik dan siap jual. Sesi ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk memamerkan hasil karya mereka dan mendapatkan umpan balik dari sesama peserta, panitia, dan perangkat desa.

3. *Canvassing* ke Yogyakarta

Sebagai kelanjutan dari program pelatihan yang telah dilaksanakan, langkah konkret berikutnya adalah memberangkatkan perwakilan peserta untuk melakukan *canvassing* produk ke Yogyakarta. Kota ini dipilih karena memiliki daya tarik wisata yang tinggi dan menjadi pusat berkumpulnya berbagai kalangan konsumen potensial. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk-produk unggulan para purna migran secara langsung kepada masyarakat Yogyakarta, sekaligus memperluas jangkauan pasar mereka.

Kegiatan *canvassing* ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai platform riset pasar yang berharga. Para peserta akan berinteraksi langsung dengan konsumen, menawarkan produk mereka, dan mengamati reaksi serta tanggapan mereka. Kesempatan ini akan digunakan untuk mengumpulkan *feedback* berharga mengenai desain kemasan, kualitas produk, harga, serta aspek-aspek lain yang relevan. Informasi ini akan menjadi dasar bagi para peserta untuk melakukan perbaikan dan penyesuaian agar produk mereka semakin diminati dan kompetitif di pasar.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Purna Migran Desa Tegalsari

KESIMPULAN

Pelatihan kemasan dan label yang diikuti oleh 20 peserta berupa purna migran di Desa Tegalsari, Kabupaten Temanggung, telah berhasil dilaksanakan dengan menggunakan metode yang komprehensif, meliputi observasi, sesi teori, praktik, *launching* produk, dan *canvassing*. Pelatihan ini memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan yang relevan bagi peserta pelatihan untuk meningkatkan daya saing produk mereka melalui kemasan yang menarik dan efektif. Dengan demikian, diharapkan produk-produk lokal dapat lebih dikenal dan diminati oleh konsumen, sehingga tidak hanya meningkatkan kesejahteraan peserta pelatihan secara individu dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian daerah, tetapi juga meningkatkan perekonomian keluarga purna migran.

Guna memastikan keberlanjutan dan memaksimalkan dampak positif dari pelatihan kemasan dan label bagi purna migran di Desa Tegalsari, Kabupaten Temanggung, beberapa saran perlu dipertimbangkan. Di antaranya, program pendampingan berkelanjutan, baik individu maupun kelompok, sangat penting untuk membantu penerapan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh. Fasilitasi akses ke sumber daya, seperti bahan baku berkualitas dan platform *e-commerce*, juga krusial. Pengembangan jaringan antar pelaku usaha dan pemangku kepentingan terkait akan memperkuat ekosistem kewirausahaan. Evaluasi dampak jangka panjang, diversifikasi materi pelatihan dengan isu keberlanjutan, pemanfaatan teknologi digital untuk promosi, kemitraan dengan perguruan tinggi untuk riset, serta peningkatan kualitas produk secara keseluruhan, adalah langkah-langkah strategis untuk mendukung keberhasilan purna migran dalam mengembangkan usaha yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. S. Rahayu and E. Dahlia, "Pentingnya Branding Pada Kemasan Dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Umkm Desa Ciparay," *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat IPTEKS*, vol. 1, no. 2, pp. 55–67, 2024, [Online]. Available: <https://journal.rajawalimediadutama.id/index.php/jppmi/issue/view/6>
- [2] A. Z. Azzuhairi, D. Hariyanto, A. Winarno, and A. Hermawan, "PENGEMBANGAN KEMASAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING BATIK SUJO," *Community Development Journal*, vol. 3, no. 1, pp. 191–196, 2022.
- [3] R. P. Siregar and R. Lumbantobing, "ANALISIS PESAN DESAIN PADA KEMASAN PRODUK MAKANAN," *Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, vol. 4, no. 1, pp. 1997–2006, Jan. 2025.

- [4] T. M. Sihombing, I. Adriant, and R. Fadhillah, “ANALISIS KEMASAN PRIMER PEMPEK FROZEN STUDI KASUS UMKM PEMPEK AISYAH BATURAJA,” *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika (Jurnal Ekonomika)*, vol. 18, no. 1, pp. 117–124, 2024, doi: 10.46306/jbbe.v18i1.
- [5] D. Fajriyah, A. P. Vindiana, A. PO Rosyidta, and E. S. Tampubolon, “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Desain Kemasan, Kebersihan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Tamaaman Cake,” *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, vol. 8, no. 3, pp. 1145–1154, Jul. 2025.
- [6] M. H. P. Madyoratri and I. R. K. Sari, “Menuju Kemasan Produk UMKM yang Menarik dan Informatif: Pelatihan Desain Kemasan di Desa Galengdowo,” *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 30–35, Aug. 2024, doi: 10.47861/jipm-nalanda.v2i3.1182.