DOI: https://doi.org/10.30647/jpp.v30647/jpp.v8i1.2058

Penyuluhan Pengemasan Produk bagi Pelaku UMKM di Desa Cibeber, Purwakarta, Jawa Barat

Heny Ratnaningtyas*, Alda Chairani, Haryo Wicaksono, Michael Khrisna Aditya, Eduard Rudolf Pangkerego

Institut Pariwisata Trisakti
*heny.ratnaningtyas@iptrisakti.ac.id

Informasi Artikel
Dikirim : 29 Mei 2026
Diterima : 05 Juni 2026
Dipublikasi: 24 Juni 2026

Keywords:
Product packaging, community empowerment, Cibeber Village

Abstract
This activity was motivated by the low quality of product packaging among SMEs in Cibeber Village, such as the use of simple and unattractive packaging, as well as the absence of brand identity and product labels that meet modern marketing standards. This condition has resulted in the low competitiveness of SME products in broader markets. The activity aimed to empower the community, particularly SME owners, through counseling and training on product packaging in order to improve product quality, selling value, and business marketing opportunities. The implementation method employed a participatory and educational approach through field observations, lectures, discussions, simple packaging design practices, and evaluations using pre-tests and post-tests. The activity was attended by 28 SME owners in Cibeber Village. The results showed an improvement in participants' knowledge and skills regarding the functions of packaging, product design, branding, and product marketing strategies. In addition, participants became more motivated to improve the appearance of their products to make them more attractive and competitive. This activity is expected to support the development of SMEs and sustainably improve the village community's economy.

Kata Kunci:
pengemasan produk, pemberdayaan masyarakat, Desa Cibeber

Abstrak
Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya kualitas pengemasan produk UMKM di Desa Cibeber, seperti penggunaan kemasan yang sederhana, kurang menarik, serta belum memiliki identitas merek dan label produk yang sesuai standar pemasaran modern. Kondisi tersebut menyebabkan rendahnya daya saing produk UMKM di pasar yang lebih luas. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat, khususnya pelaku UMKM, melalui penyuluhan dan pelatihan pengemasan produk agar mampu meningkatkan kualitas produk, nilai jual, serta peluang pemasaran usaha. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif melalui observasi lapangan, ceramah, diskusi, praktik sederhana desain kemasan, serta evaluasi menggunakan pre-test dan post-test. Kegiatan diikuti oleh 28 pelaku UMKM di Desa Cibeber. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai fungsi kemasan, desain produk, branding, serta strategi pemasaran produk. Selain itu, peserta menjadi lebih termotivasi untuk memperbaiki tampilan produk agar lebih menarik dan kompetitif. Kegiatan ini diharapkan mampu mendukung pengembangan UMKM dan meningkatkan perekonomian masyarakat desa secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan yang mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemanfaatan potensi lokal secara optimal. Namun demikian, perkembanga (Wati et al., 2024). Namun demikian UMKM masih menghadapi berbagai kendala, salah satunya berkaitan dengan pengemasan produk yang kurang menarik, sederhana, dan belum memenuhi standar pemasaran modern menyebabkan rendahnya daya saing produk (Bahri et al., 2023). Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga menjadi media promosi yang dapat meningkatkan nilai jual dan citra produk di mata konsumen (Setiawardhani, 2025).

Desa Cibeber, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi UMKM cukup besar, terutama pada sektor makanan olahan dan produk lokal lainnya (Aditya et al., 2025). Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Cibeber masih menggunakan kemasan produk yang sederhana dan kurang menarik (Ratnaningtyas et al., 2025). Selain itu, masih rendahnya pengetahuan pelaku usaha mengenai desain kemasan, informasi label produk, serta pentingnya identitas merek menjadi faktor yang menyebabkan produk lokal sulit bersaing di pasar yang lebih luas (Chairani et al., 2025). Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya minat konsumen serta terbatasnya peluang pemasaran produk UMKM desa (Ratnaningtyas et al., 2026).

Permasalahan mengenai rendahnya kualitas pengemasan produk UMKM juga ditemukan dalam berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya. Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Chasanah et al.(2024) menunjukkan bahwa pelatihan desain kemasan mampu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya kemasan sebagai strategi pemasaran produk. Kegiatan tersebut berhasil meningkatkan kreativitas pelaku usaha dalam mendesain kemasan sehingga produk menjadi lebih menarik dan memiliki daya saing yang lebih baik di pasaran.

Selain itu, kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Rofieq et al. (2017) menunjukkan bahwa pelatihan pengemasan produk dapat meningkatkan keterampilan masyarakat serta mendukung pengembangan usaha mandiri masyarakat lokal. Program tersebut berhasil meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan kewirausahaan dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas produk UMKM. Kegiatan serupa juga dilakukan oleh Zen et al. (2017), hasil kegiatan menunjukkan bahwa desain kemasan yang baik dapat meningkatkan nilai jual produk dan membentuk citra positif produk UMKM di mata konsumen.

Berdasarkan berbagai permasalahan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan judul "Penyuluhan tentang Pengemasan Produk bagi Pelaku UMKM di Desa Cibeber, Purwakarta, Jawa Barat" menjadi penting untuk dilaksanakan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat setempat melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat kemasan produk yang menarik, informatif, dan memiliki nilai jual lebih tinggi. Selain itu, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan potensi ekonomi desa sehingga masyarakat dapat lebih aktif berkontribusi dalam pembangunan wilayah. Dengan meningkatnya kualitas produk UMKM, diharapkan perekonomian lokal dapat berkembang secara berkelanjutan dan mampu menciptakan lingkungan usaha yang lebih inovatif, kompetitif, serta berdaya saing tinggi.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Cibeber, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat dengan sasaran utama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada sektor makanan olahan dan produk lokal. Jumlah peserta dalam kegiatan ini terdiri dari 28 pelaku UMKM yang aktif menjalankan usaha di lingkungan Desa Cibeber. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan edukatif, yaitu melibatkan masyarakat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan agar pelaksanaan program dapat berjalan efektif serta sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha setempat. Pendekatan ini dipilih karena mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses pembelajaran dan pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Tahap pertama kegiatan dimulai dengan observasi lapangan dan identifikasi kebutuhan masyarakat. Tim pengabdian melakukan survei awal melalui wawancara dan diskusi bersama pelaku UMKM untuk mengetahui kondisi pengemasan produk yang digunakan, kendala yang dihadapi, serta kebutuhan pelatihan yang diperlukan. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan kemasan sederhana, belum memiliki label produk yang lengkap, serta belum memahami pentingnya desain kemasan sebagai strategi pemasaran produk.

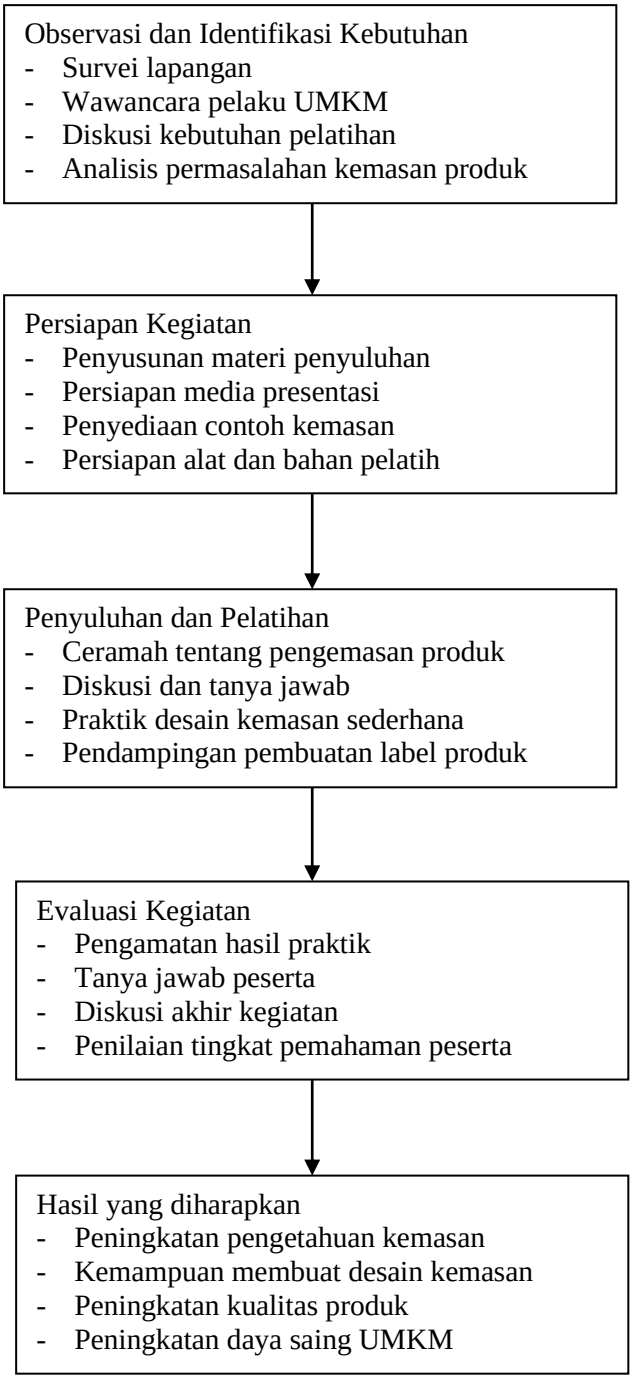
Tahap kedua adalah tahap persiapan kegiatan. Pada tahap ini tim pengabdian menyusun materi penyuluhan mengenai pentingnya pengemasan produk, fungsi kemasan dalam meningkatkan nilai jual produk, desain kemasan yang menarik, penggunaan label produk, serta strategi branding sederhana bagi UMKM. Selain itu, tim juga menyiapkan media presentasi, contoh kemasan produk, alat dan bahan pelatihan, serta perlengkapan pendukung kegiatan lainnya agar proses penyuluhan dapat berjalan dengan optimal.

Tahap ketiga merupakan pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan. Kegiatan dilakukan melalui metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Metode ceramah digunakan untuk memberikan pemahaman teoritis mengenai pentingnya pengemasan produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. Selanjutnya, metode diskusi dilakukan untuk memberikan kesempatan kepada peserta dalam menyampaikan kendala usaha yang dihadapi serta berbagi pengalaman terkait pemasaran produk. Setelah itu, peserta diberikan pelatihan praktik pembuatan dan desain kemasan sederhana dengan memanfaatkan bahan yang mudah diperoleh dan biaya yang terjangkau. Dalam praktik tersebut, peserta juga diberikan pendampingan mengenai penyusunan informasi label produk seperti nama produk, komposisi, tanggal produksi, dan identitas usaha.

Tahap berikutnya adalah evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti kegiatan penyuluhan. Evaluasi dilaksanakan melalui pengamatan langsung terhadap hasil desain kemasan peserta, sesi tanya jawab, serta diskusi akhir mengenai manfaat kegiatan bagi pengembangan usaha mereka. Keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan meningkatnya pemahaman peserta mengenai pentingnya kemasan produk, kemampuan peserta dalam membuat desain kemasan yang lebih menarik, serta meningkatnya motivasi pelaku UMKM untuk mengembangkan kualitas produk yang dimiliki.

Melalui metode pelaksanaan tersebut, kegiatan PKM ini diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi 28 pelaku UMKM di Desa Cibeber dalam meningkatkan kualitas pengemasan produk, memperluas peluang pemasaran, serta meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Selain itu, kegiatan ini

diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan melalui pengembangan usaha yang lebih kreatif dan inovatif.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan PKM
Sumber: Tim Pengabdi (2026)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Penyuluhan Pengemasan Produk bagi Pelaku UMKM di Desa Cibeber, Purwakarta, Jawa Barat" dilaksanakan dengan melibatkan 28 peserta pelaku UMKM. Kegiatan ini bertujuan

untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai pentingnya pengemasan produk dalam meningkatkan daya saing usaha. Pelaksanaan kegiatan berlangsung secara interaktif melalui metode ceramah, diskusi, praktik sederhana, serta evaluasi pemahaman peserta melalui pre-test dan post-test.

Materi yang diberikan dalam kegiatan ini meliputi konsep dasar pengemasan produk, fungsi kemasan sebagai media perlindungan dan promosi, desain kemasan yang menarik, penyusunan label produk, pentingnya identitas merek (branding), serta strategi sederhana dalam meningkatkan nilai jual produk UMKM. Selain penyampaian teori, peserta juga diberikan contoh desain kemasan modern dan praktik sederhana dalam membuat kemasan produk yang lebih menarik menggunakan bahan yang mudah diperoleh dan biaya yang terjangkau. Peserta terlihat antusias selama kegiatan berlangsung, terutama saat sesi diskusi dan praktik desain kemasan produk.

Tabel 1. Hasil Pre-Test Peserta

Indikator Penilaian	Persentase Pemahaman (%)
Memahami fungsi kemasan produk	46%
Mengetahui pentingnya desain kemasan	39%
Memahami informasi label produk	43%
Memahami pentingnya branding produk	36%
Mengetahui kemasan sebagai strategi pemasaran	41%

Sumber: Tim Pengabdi (2026)

Berdasarkan hasil pre-test pada Tabel 1, tingkat pemahaman peserta mengenai pengemasan produk masih tergolong rendah. Sebagian besar peserta belum memahami secara optimal pentingnya desain kemasan, branding produk, serta fungsi kemasan sebagai strategi pemasaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Desa Cibeber masih membutuhkan edukasi dan pendampingan terkait pengemasan produk agar mampu meningkatkan kualitas serta daya saing produk di pasar yang lebih luas.

Tabel 2. Hasil Post-Test Peserta

Indikator Penilaian	Persentase Pemahaman (%)
Memahami fungsi kemasan produk	89%
Mengetahui pentingnya desain kemasan	91%
Memahami informasi label produk	86%
Memahami pentingnya branding produk	88%
Mengetahui kemasan sebagai strategi pemasaran	92%

Sumber: Tim Pengabdi (2026)

Berdasarkan hasil post-test pada Tabel 2, terjadi peningkatan pemahaman peserta secara signifikan setelah mengikuti kegiatan penyuluhan. Peserta mulai memahami pentingnya kemasan sebagai media promosi dan identitas produk, serta mampu mengenali unsur-unsur desain kemasan yang menarik dan informatif. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan PKM berhasil memberikan pengetahuan baru serta meningkatkan kesadaran pelaku UMKM mengenai pentingnya pengemasan produk dalam mendukung pengembangan usaha.

Tabel 3. Hasil Kuisioner Kepuasan Peserta

Aspek Penilaian	Tingkat Kepuasan (%)
Penyampaian materi oleh narasumber	94%
Kualitas materi pelatihan	91%
Fasilitas kegiatan	89%
Konsumsi (snack, nasi kotak, minuman)	93%
Manfaat kegiatan bagi usaha peserta	95%

Sumber: Tim Pengabdi (2026)

Hasil kuisioner pada Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa puas terhadap pelaksanaan kegiatan PKM. Penyampaian materi oleh narasumber dinilai jelas dan mudah dipahami, sedangkan fasilitas kegiatan dinilai cukup memadai dalam mendukung proses pembelajaran peserta. Selain itu, konsumsi yang disediakan selama kegiatan juga mendapatkan respon positif dari peserta. Tingginya tingkat kepuasan peserta menunjukkan bahwa kegiatan berlangsung dengan baik dan mampu memberikan manfaat nyata bagi pengembangan usaha UMKM masyarakat Desa Cibeber.



Gambar 1. Kegiatan PKM Penyuluhan Kemasan di Desa Cibeber Purwakarta
Sumber: Tim Pengabdi (2026)

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi langsung, diskusi bersama peserta, serta perbandingan hasil pre-test dan post-test. Berdasarkan hasil evaluasi, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pengemasan produk, mulai dari fungsi kemasan, desain produk, hingga pentingnya branding usaha. Peserta juga mulai memahami bahwa kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat konsumen dan memperluas peluang pemasaran produk. Selama kegiatan berlangsung, peserta terlihat aktif dalam sesi tanya jawab dan praktik sederhana, sehingga kegiatan berjalan secara interaktif dan partisipatif. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala selama pelaksanaan kegiatan, seperti keterbatasan waktu pelatihan dan masih adanya peserta yang belum terbiasa menggunakan teknologi desain sederhana. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pendampingan lanjutan agar pelaku UMKM dapat lebih optimal dalam menerapkan desain kemasan modern pada produk usahanya.

Dampak Kegiatan PKM

Kegiatan PKM ini memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM di Desa Cibeber, Purwakarta, Jawa Barat. Setelah mengikuti kegiatan, peserta memperoleh pengetahuan baru mengenai pentingnya pengemasan produk sebagai strategi pemasaran dan peningkatan nilai jual produk. Selain itu, peserta mulai termotivasi untuk memperbaiki tampilan produk serta menciptakan identitas merek yang lebih menarik dan profesional. Kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya inovasi produk dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif. Dengan meningkatnya kualitas pengemasan produk, diharapkan produk UMKM Desa Cibeber dapat memiliki daya saing yang lebih baik, menjangkau pasar yang lebih luas, serta mampu meningkatkan pendapatan dan perekonomian masyarakat secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "Penyuluhan Pengemasan Produk bagi Pelaku UMKM di Desa Cibeber, Purwakarta, Jawa Barat" telah dilaksanakan dengan baik dan memberikan manfaat positif bagi peserta kegiatan. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, penyuluhan mengenai pengemasan produk mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM terkait pentingnya kemasan sebagai media perlindungan produk, strategi pemasaran, serta upaya meningkatkan nilai jual produk. Hal tersebut terlihat dari adanya peningkatan hasil post-test dibandingkan hasil pre-test peserta setelah mengikuti kegiatan penyuluhan.

Selain meningkatkan pemahaman peserta, kegiatan ini juga mampu meningkatkan motivasi dan kreativitas pelaku UMKM dalam memperbaiki desain kemasan produk agar lebih menarik, informatif, dan memiliki identitas merek yang lebih baik. Tingginya tingkat kepuasan peserta terhadap materi, fasilitas kegiatan, serta manfaat pelatihan menunjukkan bahwa kegiatan PKM berjalan secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Cibeber dapat terus mengembangkan kualitas produknya sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha dan mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil kegiatan PKM yang telah dilaksanakan, diperlukan adanya pendampingan lanjutan kepada pelaku UMKM agar kemampuan dalam membuat desain dan pengemasan produk dapat terus berkembang. Pendampingan tersebut dapat dilakukan melalui pelatihan desain kemasan digital, strategi pemasaran online, serta pengenalan teknologi sederhana yang mendukung pengembangan usaha UMKM. Selain itu, pelaku UMKM diharapkan dapat lebih aktif menerapkan hasil pelatihan dalam kegiatan usahanya sehari-hari, khususnya dalam memperbaiki tampilan kemasan, mencantumkan informasi produk secara lengkap, serta membangun identitas merek yang lebih menarik. Pemerintah desa dan pihak terkait juga diharapkan dapat memberikan dukungan berkelanjutan melalui program pembinaan UMKM, bantuan fasilitas usaha, serta promosi produk lokal agar produk UMKM Desa Cibeber mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

KONFLIK KEPENTINGAN

Seluruh penulis menyatakan bahwa kegiatan penyuluhan pengemasan produk UMKM di Desa Cibeber tidak memiliki keterkaitan dengan kepentingan bisnis maupun keuntungan pribadi. Proses pelaksanaan, evaluasi, dan penyampaian hasil kegiatan

mengutamakan transparansi akademik serta kepentingan pemberdayaan pelaku usaha lokal tanpa intervensi pihak tertentu.

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (AI)

Dalam tahap finalisasi artikel, teknologi kecerdasan buatan digunakan sebagai sarana pendukung untuk menelaah konsistensi bahasa, menyederhanakan kalimat yang kurang efektif, serta memperjelas penyampaian informasi. Seluruh temuan terkait pemahaman pelaku UMKM, praktik desain kemasan, dan hasil evaluasi kegiatan disusun berdasarkan data yang diperoleh tim pengabdian, bukan keluaran AI.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, M. K., Taviprawiti, E., Putriana, N. F., & Junandar, D. F. (2025). Pemberdayaan Pelaku UMKM Sektor Kuliner Desa Cibeber dengan Kualitas Produk dan Teknik Pengolahan Makanan. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 7(1), 33-40. https://doi.org/10.30647/jpp.v7i1.1898.

Bahri, B., Sari, N. P., & Alamsyah, F. (2023). Pelatihan desain kemasan (packaging) dan digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM Kapanewon Turi. *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5*(1), 15–31. https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.15-31

Chairani, A., Pankerego, E. R., Irfal, I., & Sakti, P. J. (2025). Pelatihan Pemasaran dan Branding Terhadap Pelaku UMKM Cibeber, Purwakarta, Jawa Barat. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata,* 7(1), 49-57. https://doi.org/10.30647/jpp.v7i1.1903.

Chasanah, U., Mathori, M., Priyastiwi, P., Afifah, R. N., Nur'aini, F., & Fajar, R. N. (2024). Pelatihan desain kemasan produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Widya Wiwaha, 2*(2), 90–100. https://doi.org/10.32477/jpm.v2i2.999

Ratnaningtyas, H., Chairani, A., Sakti, P. J., Irfal, I., & Pangkerego, E. R. (2026). Transforming Culinary MSME Sales through E-Commerce to Strengthen Tourism Villages: A Case Study of Cibeber Village, Purwakarta. *Journal of Hospitality Accomodatin Management (JHAM)*, 5(1), 1-10. https://doi.org/10.52352/jham.v5i1.2188

Ratnaningtyas, H., Aditya, M. K., Wicaksono, H., & Taviprawati, E. (2025). Kemasan Berdaya Jual Berbasis Identitas Lokal Untuk Meningkatkan Daya Tarik Produk Umkm Kuliner di Desa Wisata Cibeber, Purwakarta. *Jurnal Pariwisata*, 12(2). https://doi.org/10.31294/par.v12i2.27165

Rofieq, M., Poerwanto, A., & Budiyanto, H. (2017). Pelatihan desain kemasan produk untuk UMKM kerajinan, kuliner dan Posdaya. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang, 2*(2). https://doi.org/10.26905/abdimas.v2i2.1810

Setiawardhani, W. O. (2025). Peran Packaging dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen. KOMUNIKAT57, 6(1), 52-162. https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1888

Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., Meirizha, S. N., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan desain kemasan produk UMKM di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI, 1*(2). https://doi.org/10.37859/jpumri.v1i2.225

Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian

Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 265–282. https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i1.576