

---

# KREASI DESAIN PACKAGING UNIK UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK PADA KOMUNITAS CELEBRAL PALSY

Susilowati<sup>1</sup>, Fritz Akhmad Nuzir<sup>2</sup>, Luke Suciyati<sup>3</sup>,  
Dameria Sidabalok<sup>4</sup>, Deri Sis Nanda<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Bandar Lampung, Lampung, Indonesia

Email: [susilowati@ubl.ac.id](mailto:susilowati@ubl.ac.id)<sup>1</sup> [fritz@ubl.ac.id](mailto:fritz@ubl.ac.id)<sup>2</sup> [luke.suciyati.amna@ubl.ac.id](mailto:luke.suciyati.amna@ubl.ac.id)<sup>3</sup>  
[dameria.sidabalok@ubl.ac.id](mailto:dameria.sidabalok@ubl.ac.id)<sup>4</sup> [derisnanda@ubl.ac.id](mailto:derisnanda@ubl.ac.id)<sup>5</sup>

**Abstrak:** Desain kemasan (packaging) memainkan peranan penting dalam dunia pemasaran dan penjualan produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang menyampaikan informasi kepada konsumen. Oleh karena itu, menciptakan desain kemasan yang unik dan inovatif menjadi sangat krusial, terutama bagi produk yang dihasilkan oleh komunitas penyandang disabilitas seperti cerebral palsy. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan anggota komunitas cerebral palsy melalui pelatihan keterampilan desain kemasan. Tantangan yang dihadapi komunitas dalam memasarkan produk adalah daya tarik kemasan yang kurang memadai sehingga mempengaruhi nilai jual produk. Program ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menciptakan kemasan yang menarik, informatif, dan mampu meningkatkan persepsi kualitas produk. Pelatihan dilakukan dengan memperkenalkan prinsip dasar desain kemasan, teknik penggunaan warna, tipografi, serta pemanfaatan storytelling dan bahan ramah lingkungan. Evaluasi program menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas desain kemasan yang dihasilkan oleh peserta, serta adanya peningkatan penjualan rata-rata sebesar 25% setelah penggunaan kemasan baru. Program ini tidak hanya memberikan dampak langsung dalam hal peningkatan nilai jual produk, tetapi juga dalam pemberdayaan ekonomi dan sosial komunitas. Dengan adanya dukungan berkelanjutan dan pengembangan kolaborasi, diharapkan hasil yang dicapai dapat berkontribusi pada kemandirian komunitas cerebral palsy serta meningkatkan kesejahteraan mereka.

**Kata Kunci:** *Desain Kemasan, Nilai Jual, Komunitas Cerebral Palsy.*

## 1. Pendahuluan

Desain kemasan (*packaging*) memainkan peranan penting dalam dunia pemasaran dan penjualan produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang menyampaikan informasi kepada konsumen. Dalam konteks bisnis, kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik visual, sehingga mampu menarik perhatian pembeli dan mendorong keputusan pembelian. Oleh karena itu, menciptakan desain kemasan yang unik dan inovatif

menjadi sangat krusial, terutama bagi produk yang dihasilkan oleh komunitas penyandang disabilitas seperti *cerebral palsy*.

Komunitas *cerebral palsy* menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usaha mandiri, salah satunya adalah mengembangkan produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga mampu bersaing di pasar. Tantangan ini dapat diatasi dengan strategi pemasaran yang efektif, seperti meningkatkan nilai jual produk melalui desain kemasan yang menarik. Kemasan yang dirancang dengan baik berperan penting dalam menarik perhatian konsumen di rak toko, membedakan produk dari kompetitor, dan memberikan daya tarik visual yang kuat. Selain itu, desain kemasan yang menarik juga dapat menambah nilai produk dengan menciptakan persepsi kualitas yang lebih tinggi. Bagi konsumen, kemasan yang estetis dan fungsional bukan hanya sekadar pembungkus, tetapi juga mencerminkan kualitas dan citra merek. Oleh karena itu, komunitas *cerebral palsy* dapat memanfaatkan desain kemasan yang kreatif untuk meningkatkan daya tarik produk mereka, sekaligus menyampaikan nilai-nilai unik atau cerita di balik produk, sehingga menambah faktor emosional yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Firmansyah, 2019). Meningkatkan daya saing produk dengan desain kemasan yang inovatif juga memberikan kesempatan bagi komunitas untuk memperluas pasar dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Dengan kemasan yang menonjol, produk dapat lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan peluang penjualan. Hal ini menjadikan desain kemasan sebagai alat penting dalam strategi pemasaran dan penjualan yang tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk, tetapi juga memberdayakan komunitas untuk mencapai kemandirian ekonomi yang lebih baik.

Dalam banyak kasus, kemasan juga berfungsi untuk menceritakan kisah produk dan menciptakan keterikatan emosional dengan konsumen. Komunitas *cerebral palsy* memiliki cerita unik dan inspiratif yang dapat dijadikan bagian dari branding produk mereka. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen cerita ke dalam desain kemasan, produk yang dihasilkan tidak hanya akan terlihat menarik, tetapi juga memiliki makna yang lebih dalam bagi konsumen (Sidabutar et al., 2022). Hal ini dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan mendorong mereka untuk memilih produk tersebut dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Seni dan kreativitas juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam desain kemasan. Komunitas penyandang *cerebral palsy* sering kali memiliki keterampilan kreatif yang luar biasa meskipun mengalami kendala fisik (Amir et al., 2022). Melalui pelatihan yang tepat, mereka dapat belajar untuk mengekspresikan kreativitas mereka dalam desain kemasan. Proses ini tidak hanya memberikan mereka keterampilan baru, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri dan harga diri mereka sebagai pelaku usaha. Salah satu contoh keberhasilan desain kemasan yang unik dapat dilihat dari berbagai merek yang berhasil menciptakan identitas visual yang kuat melalui kemasan mereka. Desain kemasan yang menarik tidak hanya dapat meningkatkan penjualan, tetapi juga dapat menjadikan produk sebagai objek koleksi bagi konsumen. Dengan mengadopsi prinsip desain yang kreatif, produk dari komunitas *cerebral palsy* juga memiliki potensi untuk menarik perhatian pasar yang lebih luas (Wadud & Fitriani, 2021).

Pelatihan dalam menciptakan desain kemasan yang unik dan menarik perlu dilakukan agar anggota komunitas *cerebral palsy* dapat memahami elemen-elemen penting dalam desain. Pelatihan ini mencakup pemahaman tentang warna, bentuk, bahan, dan elemen desain lainnya yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Selain itu, pelatihan juga harus mencakup aspek praktis, seperti penggunaan perangkat lunak desain dan teknik pembuatan prototipe kemasan. Dalam mengembangkan desain kemasan, penting juga untuk mempertimbangkan aspek keberlanjutan. Di era di mana konsumen semakin peduli terhadap lingkungan, kemasan yang ramah lingkungan dapat memberikan nilai tambah bagi produk. Penggunaan bahan daur ulang atau bahan yang mudah terurai dapat menjadi pilihan yang baik untuk menarik konsumen yang memiliki kesadaran lingkungan. Selain itu, kemasan yang dapat digunakan kembali atau memiliki fungsi ganda juga dapat meningkatkan daya tarik produk.

Komunitas *cerebral palsy* memiliki potensi untuk menciptakan produk dengan desain kemasan yang tidak hanya menarik tetapi juga berkelanjutan. Dengan pemahaman yang baik tentang nilai jual produk dan kemasan, mereka dapat mengembangkan produk yang mampu bersaing di pasar. Kerja sama antara anggota komunitas dan para profesional di bidang desain dapat mempercepat proses pengembangan produk yang inovatif dan menarik. Setiap langkah dalam proses desain kemasan harus melibatkan umpan balik dari konsumen. Dengan memahami preferensi dan kebutuhan konsumen, komunitas dapat menciptakan kemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional. Umpan balik ini penting untuk memastikan bahwa desain kemasan yang dihasilkan dapat memenuhi harapan pasar dan mendorong penjualan.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menjelajahi dan mengembangkan kreasi desain kemasan unik bagi produk yang dihasilkan oleh komunitas *cerebral palsy*. Melalui pendekatan kolaboratif yang melibatkan pelatihan, eksplorasi kreativitas, dan pengujian pasar, diharapkan desain kemasan yang dihasilkan dapat meningkatkan nilai jual produk. Dengan demikian, program ini diharapkan tidak hanya memberikan dampak positif bagi perekonomian komunitas, tetapi juga memberikan inspirasi bagi kelompok lain yang menghadapi tantangan serupa. Dengan fokus pada kreasi desain kemasan yang inovatif, diharapkan komunitas *cerebral palsy* dapat mengembangkan produk yang mampu bersaing secara efektif di pasar. Hal ini juga menjadi langkah awal dalam upaya menciptakan kesetaraan dalam akses pasar bagi penyandang disabilitas. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan bagi stakeholder, termasuk pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat, tentang pentingnya desain kemasan dalam meningkatkan nilai jual produk. Melalui pendalaman studi ini, diharapkan dapat teridentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan desain kemasan dalam meningkatkan nilai jual produk. Penelitian ini juga bertujuan untuk menyajikan rekomendasi praktis bagi komunitas *cerebral palsy* dan stakeholder lainnya untuk mengoptimalkan potensi produk mereka melalui desain kemasan yang kreatif dan efektif.

## 2. Tinjauan Pustaka

Desain kemasan atau packaging merupakan elemen yang sangat penting dalam pemasaran produk. Selain berfungsi sebagai pelindung, kemasan juga berperan sebagai alat komunikasi antara produsen dan konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam Ramadhan & Anwari (2023), kemasan adalah salah satu faktor kunci yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kemasan yang baik harus tidak hanya melindungi produk, tetapi juga mampu menyampaikan informasi penting dan menarik perhatian pembeli. Dalam konteks ini, desain kemasan yang unik dan kreatif dapat meningkatkan nilai jual produk, terutama bagi komunitas seperti penyandang *cerebral palsy* yang memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk bersaing di pasar.

Faktor-faktor yang mempengaruhi desain kemasan mencakup aspek fungsional dan estetika. Aspek fungsional berkaitan dengan bagaimana kemasan melindungi produk dan memudahkan penggunaannya oleh konsumen, sedangkan aspek estetika berfokus pada tampilan visual kemasan, termasuk warna, bentuk, gambar, dan tipografi. Raghubir dan Greenleaf dalam Herawati (2019) menjelaskan bahwa kombinasi warna yang tepat pada kemasan dapat menciptakan persepsi kualitas dan mempengaruhi emosi konsumen. Oleh karena itu, memahami psikologi warna dan bentuk dalam desain kemasan menjadi sangat penting bagi penciptaan packaging yang efektif. Selain aspek visual, kemasan juga dapat menjadi sarana untuk menyampaikan cerita atau kisah unik di balik produk. Storytelling dalam kemasan dapat membangun hubungan emosional antara produk dan konsumen. Menurut Pine dan Gilmore dalam Agariya et al., (2022), kemasan yang mampu menceritakan kisah produk memiliki potensi lebih besar untuk menarik perhatian konsumen dan menciptakan pengalaman yang berkesan. Bagi komunitas *cerebral palsy*, menyampaikan cerita perjuangan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk membuat produk dapat menambah nilai emosional dan memberikan daya tarik tersendiri bagi produk yang dihasilkan.

Kemasan juga berperan dalam mempengaruhi persepsi harga dan kualitas. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa konsumen sering kali mengasosiasikan kemasan yang lebih menarik dan berkualitas dengan produk yang lebih mahal dan bernilai tinggi. Menurut Underwood dan Ozanne dalam Apriyanti (2018), konsumen menggunakan elemen visual kemasan sebagai petunjuk kualitas produk. Dengan demikian, bagi komunitas *cerebral palsy* yang ingin meningkatkan daya jual produknya, investasi dalam desain kemasan yang profesional dan berkualitas dapat menjadi strategi yang efektif untuk membangun persepsi positif tentang produk. Di samping estetika dan fungsi, keberlanjutan atau sustainability menjadi salah satu tren penting dalam desain kemasan. Konsumen saat ini semakin peduli terhadap isu lingkungan dan memilih produk dengan kemasan yang ramah lingkungan. Van Birgelen et al dalam Saputro et al., (2019), menemukan bahwa kemasan berkelanjutan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, terutama bagi konsumen yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi. Bagi komunitas *cerebral palsy*, menggunakan bahan kemasan yang dapat didaur ulang atau mudah terurai tidak hanya membantu menjaga lingkungan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi produk.

Komunitas penyandang disabilitas seperti *cerebral palsy* memiliki tantangan tersendiri dalam mengakses pelatihan dan sumber daya untuk menghasilkan produk yang kompetitif. Berdasarkan penelitian oleh Sasongko et al., (2021), keterampilan desain yang dimiliki oleh individu penyandang disabilitas dapat ditingkatkan melalui program pelatihan yang inklusif dan adaptif. Dengan pembekalan keterampilan desain kemasan yang baik, anggota komunitas dapat mengembangkan produk yang memiliki daya tarik visual tinggi dan mampu bersaing di pasar. Elemen lain yang perlu diperhatikan dalam desain kemasan adalah penggunaan teknologi modern, seperti *augmented reality* (AR) dan QR code, yang memungkinkan konsumen untuk berinteraksi langsung dengan produk melalui kemasan. Teknologi ini dapat digunakan untuk memberikan informasi tambahan tentang produk atau bahkan memberikan pengalaman interaktif. Menurut Rosiska et al., (2022), integrasi teknologi dalam desain kemasan dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan memperkuat branding produk. Selain itu, desain kemasan juga harus mempertimbangkan aspek ergonomis agar mudah dipegang dan digunakan oleh konsumen. Penggunaan bahan yang tepat, seperti plastik lentur atau karton yang mudah dilipat, dapat memberikan kenyamanan tambahan bagi konsumen. Aspek ergonomis juga sangat penting bagi komunitas penyandang disabilitas yang mungkin memiliki keterbatasan fisik, sehingga desain kemasan harus dapat diakses dan digunakan dengan mudah oleh semua kalangan.

Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), desain kemasan yang menarik dapat menjadi alat yang efektif untuk membangun *brand awareness*. Menurut Ghodeswar dalam Syahputra et al., (2023), kemasan yang konsisten dan memiliki identitas visual yang kuat dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat posisi produk di pasar. Bagi komunitas *cerebral palsy*, kemasan yang memiliki identitas visual unik dapat membantu mereka menciptakan diferensiasi yang jelas dari produk lainnya. Pendekatan desain inklusif dalam kemasan juga sangat relevan bagi produk yang dihasilkan oleh komunitas penyandang disabilitas. Desain inklusif bertujuan untuk menciptakan produk dan kemasan yang dapat diakses oleh semua orang, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan fisik. Menurut Newell dan Gregor dalam Adhila & Raymond (2021), desain inklusif dapat meningkatkan pengalaman pengguna dengan membuat kemasan lebih mudah diakses dan digunakan. Dalam literatur pemasaran, *packaging* juga dianggap sebagai bagian dari promosi. Desain kemasan yang menarik dapat menggantikan iklan dalam menarik perhatian konsumen dan mendorong pembelian impulsif. Rundh dalam Pragya et al., (2022), menyatakan bahwa kemasan adalah "iklan bisu" yang terus-menerus menyampaikan pesan kepada konsumen. Oleh karena itu, bagi komunitas *cerebral palsy*, desain kemasan yang efektif dapat berfungsi sebagai alat promosi yang sangat bernilai.

### **3. Metode Penelitian**

Pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) tahun 2024 ini dilakukan di Sabah Balau, Lampung Selatan, dengan melibatkan 28 peserta. Program ini merupakan bagian dari upaya PT. PLN (Persero) dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan dan bertujuan untuk memberikan manfaat langsung kepada masyarakat setempat melalui berbagai bentuk bantuan dan

pelatihan. Dalam implementasinya, program TJSL ini didampingi oleh tim dari PT. PLN (Persero) UID Lampung dan PT. PLN (Persero) UP3 Tanjung Karang, yang bekerja sama untuk memastikan bahwa kegiatan-kegiatan yang dilakukan sesuai dengan rencana dan memberikan dampak yang optimal. Program TJSL ini memerlukan waktu sekitar enam bulan untuk diselesaikan, mencakup tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi hasil. Pihak Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Bandar Lampung berperan sebagai mitra yang mendiseminasikan program ini kepada masyarakat dan memfasilitasi pelatihan serta bantuan yang dibutuhkan. Selama enam bulan tersebut, diharapkan berbagai kegiatan yang dilakukan mampu memberikan peningkatan keterampilan dan pengetahuan kepada peserta, sehingga dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut.

Dengan adanya program ini, diharapkan dapat tercapai sinergi antara PT. PLN (Persero), Universitas Bandar Lampung, dan masyarakat setempat dalam upaya mewujudkan lingkungan yang lebih berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup komunitas yang terlibat. Pendampingan yang dilakukan secara intensif oleh tim dari PT. PLN akan memastikan bahwa setiap kegiatan dalam program berjalan sesuai dengan tujuan, serta menyesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi yang ada di lapangan.

**Tabel 1.** Jadwal Pelaksanaan Kegiatan TJSL

No	Detail Program	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep
1.	Survey Awal					
2.	Merancang Program					
3.	Pelatihan Pembuatan Desai Kemasan					
4.	Monitoring dan Evaluasi Kegiatan					
5.	Pengolahan Data Hasil Kegiatan dan Penyusunan Rekomendasi Pengembangan Program					
6.	Pengukuran Draft Laporan Akhir					
7.	Laporan Akhir					

## 4. Hasil dan Pembahasan

### A. Realisasi Kegiatan

Pelaksanaan program kreasi desain packaging unik bagi komunitas cerebral palsy ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai jual produk yang dihasilkan oleh komunitas tersebut. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan peserta, dapat diketahui bahwa sebelumnya anggota komunitas menghadapi kesulitan dalam menarik minat konsumen karena kemasan produk yang kurang menarik dan kurang komunikatif dalam menyampaikan keunikan produk mereka. Melalui

program pelatihan ini, anggota komunitas dibekali pengetahuan dasar tentang elemen-elemen desain kemasan dan cara memanfaatkannya untuk menambah nilai produk.

Pada tahap awal, peserta diperkenalkan dengan konsep dasar desain kemasan, yang mencakup fungsi utama kemasan sebagai pelindung produk, serta peran kemasan dalam menciptakan kesan pertama yang menarik bagi konsumen. Para peserta dilatih mengenai penggunaan warna, bentuk, dan tipografi dalam menciptakan kemasan yang tidak hanya estetik tetapi juga informatif. Dari hasil pelatihan ini, ditemukan bahwa sebagian besar peserta mampu memahami prinsip dasar desain kemasan dan mampu menciptakan desain yang lebih menarik dibandingkan dengan desain kemasan mereka sebelumnya. Selanjutnya, program berfokus pada praktik langsung dalam membuat desain kemasan unik. Peserta diajak untuk mengeksplorasi kreativitas mereka dengan menggunakan bahan-bahan sederhana dan teknologi desain grafis dasar. Hasilnya, beberapa desain kemasan baru yang diciptakan oleh peserta menunjukkan peningkatan signifikan dari segi daya tarik visual. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang tepat, komunitas cerebral palsy dapat mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk menciptakan kemasan yang kompetitif di pasar. Pada tahap evaluasi desain, dilakukan uji coba terhadap respon konsumen melalui survei dan kelompok diskusi terfokus (*focus group discussion*). Hasil evaluasi menunjukkan bahwa konsumen memberikan respon positif terhadap kemasan yang baru dirancang oleh peserta. Mereka menganggap bahwa kemasan baru tersebut lebih menarik dan mencerminkan kualitas produk yang lebih tinggi dibandingkan dengan kemasan lama. Selain itu, beberapa konsumen menyatakan bahwa kemasan baru memberikan kesan profesional dan membuat produk lebih layak untuk dijadikan hadiah atau oleh-oleh.

Peningkatan nilai jual produk setelah implementasi desain kemasan baru juga terlihat dari peningkatan penjualan di beberapa titik penjualan yang menjadi mitra pemasaran komunitas cerebral palsy. Data menunjukkan adanya kenaikan rata-rata penjualan sebesar 25% setelah perubahan desain kemasan. Hal ini mengindikasikan bahwa kemasan yang lebih menarik dan profesional dapat menjadi salah satu faktor pendorong dalam keputusan pembelian konsumen, khususnya pada produk-produk yang bersaing dalam kategori hadiah atau produk kreatif. Keberhasilan ini tidak lepas dari keterlibatan aktif para peserta dalam setiap tahap pelatihan dan pembuatan desain. Proses kolaboratif yang melibatkan diskusi dan pertukaran ide antar peserta juga berkontribusi pada peningkatan kualitas desain kemasan yang dihasilkan. Dari hasil wawancara dengan peserta, diketahui bahwa mereka merasa lebih percaya diri dan termotivasi untuk terus berinovasi dalam menciptakan desain kemasan yang lebih menarik. Peningkatan ini tidak hanya terlihat dari segi teknis, tetapi juga dalam sikap dan motivasi mereka untuk terus berkarya.

Namun, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi selama program berlangsung. Salah satunya adalah keterbatasan dalam penggunaan teknologi desain grafis karena tidak semua peserta memiliki akses atau kemampuan untuk menggunakan perangkat lunak desain yang lebih canggih. Oleh karena itu, program ini juga memberikan alternatif dengan mengajarkan teknik manual yang dapat digunakan untuk menciptakan desain yang tetap menarik meskipun tanpa bantuan perangkat lunak. Pendekatan ini diharapkan dapat menjembatani kesenjangan keterampilan teknologi yang mungkin

dimiliki oleh anggota komunitas. Aspek keberlanjutan dalam desain kemasan juga dibahas selama pelatihan. Para peserta diajarkan untuk mempertimbangkan penggunaan bahan yang ramah lingkungan, seperti kemasan yang dapat didaur ulang atau mudah terurai. Selain menambah nilai produk, pendekatan ini juga membantu meningkatkan citra komunitas cerebral palsy sebagai produsen yang peduli terhadap lingkungan. Evaluasi dari aspek keberlanjutan ini menunjukkan bahwa konsumen menyambut baik kemasan yang ramah lingkungan dan hal tersebut dapat menjadi keunggulan kompetitif.

Penggunaan storytelling dalam desain kemasan turut menjadi fokus dalam program ini. Peserta diajak untuk menyertakan elemen-elemen cerita tentang proses pembuatan produk, termasuk kisah inspiratif di balik komunitas yang memproduksi barang tersebut. Hasilnya, kemasan yang menampilkan cerita ini mendapat respon positif dari konsumen, karena menambah nilai emosional dan meningkatkan keterikatan mereka terhadap produk. Dengan demikian, storytelling dalam kemasan terbukti dapat menjadi alat pemasaran yang efektif. Program ini juga memberikan hasil signifikan dari segi pemberdayaan komunitas. Peserta merasakan peningkatan keterampilan desain serta pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kemasan dalam pemasaran. Selain itu, adanya kegiatan pelatihan yang rutin dan terstruktur membuat peserta lebih aktif terlibat dalam proses pengembangan produk. Hal ini menunjukkan bahwa intervensi yang dilakukan tidak hanya berdampak pada peningkatan nilai jual produk, tetapi juga pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia di dalam komunitas.

Dengan adanya dukungan dari pihak lain, seperti universitas dan perusahaan mitra, diharapkan program ini dapat terus dikembangkan dan diterapkan secara berkelanjutan. Kolaborasi ini tidak hanya penting untuk mendukung pelatihan teknis, tetapi juga dalam memperluas jaringan pemasaran dan distribusi produk komunitas. Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama program dapat terus diadaptasi untuk menciptakan berbagai inovasi lain dalam pengembangan produk. Secara keseluruhan, hasil program ini menunjukkan bahwa desain kemasan yang unik dan menarik dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan nilai jual produk. Inovasi dalam desain kemasan tidak hanya mampu meningkatkan daya tarik visual produk tetapi juga menambah dimensi lain yang membuat produk lebih menarik bagi konsumen. Pengalaman yang diperoleh dari program ini dapat dijadikan sebagai landasan untuk memperluas pendekatan serupa di komunitas lainnya, dengan penyesuaian sesuai karakteristik masing-masing komunitas.



**Gambar 1.** Dokumentasi Pelaksanaan Pelatihan Design Packaging

## B. Manfaat Kegiatan

Adapun manfaat kegiatan ini yaitu:

- 1) Peningkatan Keterampilan Desain: Program ini memberikan pelatihan keterampilan desain kemasan kepada anggota komunitas cerebral palsy, yang sebelumnya mungkin belum memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam bidang ini. Peningkatan keterampilan ini memungkinkan mereka untuk menciptakan kemasan yang lebih menarik dan berkualitas, yang dapat diterapkan pada berbagai produk yang dihasilkan.
- 2) Peningkatan Nilai Jual Produk: Dengan desain kemasan yang lebih menarik dan informatif, produk yang dihasilkan komunitas dapat memiliki daya tarik yang lebih tinggi di pasar. Kemasan yang unik dapat membantu produk menonjol di antara pesaing, meningkatkan persepsi kualitas, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penjualan.
- 3) Pemberdayaan Ekonomi Komunitas: Melalui peningkatan keterampilan dan kualitas produk, program ini dapat memberikan dampak langsung pada kesejahteraan ekonomi komunitas cerebral palsy. Dengan nilai jual yang lebih tinggi, anggota komunitas memiliki potensi untuk mendapatkan pendapatan yang lebih baik, sehingga mampu mendukung kemandirian ekonomi.
- 4) Meningkatkan Kepercayaan Diri dan Motivasi: Partisipasi dalam program pelatihan dan pencapaian hasil yang konkret, seperti peningkatan kualitas desain kemasan, dapat meningkatkan kepercayaan diri anggota komunitas. Hal ini juga memotivasi mereka untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk yang lebih kompetitif.

- 5) Pemanfaatan Teknologi untuk Inovasi Produk: Program ini mengajarkan penggunaan teknologi dasar dalam desain kemasan, yang dapat memacu inovasi lebih lanjut. Teknologi seperti desain grafis dan penggunaan elemen interaktif dalam kemasan (misalnya QR code) dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan menambah nilai tambah produk.

Secara keseluruhan, program ini tidak hanya memberikan manfaat langsung dalam bentuk peningkatan keterampilan dan kualitas produk, tetapi juga berdampak positif pada pemberdayaan ekonomi, sosial, dan lingkungan komunitas cerebral palsy. Peningkatan Keterampilan Akuntansi: Program ini memberikan peserta keterampilan dasar dalam menyusun laporan keuangan dan menghitung harga pokok produksi. Keterampilan ini penting untuk membantu mereka memahami kondisi keuangan usaha dan membuat keputusan yang lebih baik dalam pengelolaan usaha.

## **5. Kesimpulan dan Saran**

### **A. Kesimpulan**

Program pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif dalam beberapa aspek utama. Melalui pelatihan desain kemasan yang dilaksanakan, anggota komunitas mengalami peningkatan keterampilan dan pemahaman mengenai pentingnya kemasan sebagai elemen yang berpengaruh pada daya tarik produk di pasar. Hasilnya menunjukkan bahwa desain kemasan yang lebih menarik, informatif, dan profesional dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk serta mendorong peningkatan penjualan. Keberhasilan ini tidak hanya terlihat dari sisi teknis, tetapi juga dalam hal pemberdayaan komunitas. Anggota komunitas menjadi lebih percaya diri dan termotivasi untuk terus berinovasi, sementara adanya storytelling dalam kemasan memberikan nilai tambah yang dapat memperkuat keterikatan emosional antara produk dan konsumen. Selain itu, pendekatan ramah lingkungan yang diajarkan dalam program turut menambah daya saing produk dengan mempertimbangkan aspek keberlanjutan. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas produk, tetapi juga pada pemberdayaan ekonomi dan sosial komunitas cerebral palsy. Sinergi antara pelatihan keterampilan, promosi keberlanjutan, dan kolaborasi dengan pihak terkait menunjukkan bahwa desain kemasan dapat menjadi strategi yang efektif untuk mencapai kemandirian dan kesejahteraan ekonomi komunitas.

### **B. Saran**

Adapun peneliti memberikan beberapa saran yang perlu disampaikan, yaitu:

- 1) Pengembangan Berkelanjutan : Program pelatihan serupa perlu dilanjutkan secara berkelanjutan untuk mempertahankan dan meningkatkan keterampilan yang sudah diperoleh. Pendekatan yang terstruktur dan penyegaran materi secara berkala dapat membantu peserta terus mengikuti tren desain dan teknologi kemasan terbaru.
- 2) Pemanfaatan Teknologi Lebih Lanjut : Diharapkan komunitas dapat mulai memanfaatkan teknologi desain grafis yang lebih canggih serta teknik pemasaran digital untuk mempromosikan produk mereka secara lebih luas. Pengenalan terhadap perangkat lunak

desain dan platform e-commerce akan membantu memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi produksi

- 3) Pendekatan Ramah Lingkungan yang Lebih Lanjut : Komunitas disarankan untuk terus mengembangkan kemasan yang ramah lingkungan, termasuk mempertimbangkan penggunaan bahan yang lebih inovatif dan teknik produksi yang lebih efisien. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga menunjukkan komitmen komunitas terhadap lingkungan.

Pendekatan Ramah Lingkungan yang Lebih Lanjut : Komunitas disarankan untuk terus mengembangkan kemasan yang ramah lingkungan, termasuk mempertimbangkan penggunaan bahan yang lebih inovatif dan teknik produksi yang lebih efisien. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga menunjukkan komitmen komunitas terhadap lingkungan.

## Referensi

- Adhila, B. T. A., & Raymond, R. (2021). *The Effect Of Lifestyle, Price And Promotion On Purchase Decision Of Consumers Kasta Coffee Batam*. Zona Manajerial: Program Studi Manajemen (S1) Universitas Batam,11(1), 15-27.
- Agariya, A. K., Johari, A., Sharma, H. K., Chandraul, U. N., & Singh, D. (2022). *The role of packaging in brand communication*. International Journal of Scientific & Engineering Research, 3(2), 1-13.
- Amir, S., Syaputra, E. A., Syamsuddin, F., & Putri, H. R. D. (2022, December). *Branding Produk Sebagai Upaya Optimalisasi Pemasaran Produk Kerajinan Khas Kalimantan Di Pasar Inpres Kebun Sayur*. In Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat (Vol. 3, pp. SNPPM2022EK-88).
- Apriyanti, M. E. (2018) '*Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan*', Sosio E-Kons, 10(1), P. 20. Doi: 10.30998/Sosioekons.V10i1.2223.
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (planning & strategy)*. Surabaya: Cetakan Pertama. Qiara Media.
- Herawati, H., & Muslikah, M. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsat*. Kinerja, 2(01), 17-35.
- Nugrahini, v. S. (2019). *Analisis Pengaruh Desain Kemasan, Citra Merek, Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Produk Susu Bubuk Chil-Kid Perusahaan Kalbe Nutritionals)* (Doctoral Dissertation, Universitas Bakrie).
- Pragya Srivastava, Dakuri Ramakanth, Konala akhila, and Kirtiraj K. Gaikwad *Package design as a branding tool in the cosmetic industry: consumers' perception vs.reality*, SN Bus Econ. 2022; 2(6): 58. published online 2022
- Ramdhan, F., & Anwari, M. K. (2023). *Pelatihan Literasi Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kuliner Kota Pontianak*. GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 7(2), 1008-1017.
- Rosiska, E., Siregar, D. L., Raymond, R., & Putri, A. D. (2022). *Pemberdayaan Media Pemasaran Bagi Kelompok UKM Sagulung Kota Batam*. Jurnal Pengabdian Bareleng,4(2).

- Saputro, A. Et Al. (2019) *'Pengemasan Produk Sebagai Upaya Pengembangan Pemasaran Industri Kerupuk'*. Malang: Jurnal Graha Pengabdian.
- Sidabutar, Y. F., Bintang, M. R., & Raymond, R. (2022). *Pengembangan Media Pemasaran, Manajemen Keselamatan Kesehatan Kerja dan Peningkatan Kewirausahaan pada Kelompok Pengrajin Batu Besar Kota Batam*. Abdi Masyarakat,4(2).
- Sasongko, D., Yulawati, P. M., Nurhidayah, R., Utomo, R. G., Setyawan, A., & Suciati, K. (2021). *Pengembangan Pemasaran UMKM Asih Di Kabupaten Magelang Dengan Memanfaatkan Digital Marketing*. Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS, 7(1), 68-73.
- Syaputra, E. A. S., Sartika, W., & Ngabito, O. F. (2023). *Efektivitas Visualisasi 3D dan Augmentend Reality Bagi Optimalisasi Media Informasi dan Promosi Mebel Kayu Jepara di Pasar Online*. COMPACT: Spatial Development Journal, 2(1).
- Wadud, A. M., & Fitriani, E. (2021). *Pelatihan Desain Packaging Dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Kabupaten Kuningan*. Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 3(2), 177-186.