

PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK MELALUI PELATIHAN PENGEMASAN SABUN CUCI PIRING PADA KELOMPOK PKK RT 06 KELURAHAN JAYA MUKTI KOTA DUMAI

Fitra¹; Trisna Mesra²; Nuryasin Abdillah³; Melliana⁴; Azmi⁵;
Hanifatul Rahmi⁶

Program Studi Teknik Industri, Institut Teknologi dan Bisnis Riau Pesisir
Jln. Utama Karya, Bukit Batrem, Dumai, Riau
E-mail : fitra@itbriaupesisir.ac.id (Koresponding)

Abstract: This community service activity aimed to improve the knowledge and skills of members of PKK RT 06, Jaya Mukti Village, Dumai City, in product packaging and labeling as an effort to enhance the competitiveness of dishwashing liquid products. The activity involved 40 participants and was conducted using a participatory approach through counseling, demonstrations, hands-on practice, and mentoring. Training materials covered the functions and benefits of packaging, packaging design, product labeling, branding, and packaging techniques suitable for dishwashing liquid products. The results showed that participants experienced an increase in understanding regarding the role of packaging as a marketing tool and a value-added component of products. Participants were able to select appropriate packaging, design simple product labels, and apply packaging techniques to improve product appearance and identity. The packaging and labeling practices produced dishwashing liquid products with a more attractive, informative, and marketable appearance compared to their previous condition. The activity also increased participants' awareness of the importance of branding and product differentiation in supporting household-based business development. Overall, the training successfully enhanced participants' capacity in packaging and labeling, contributing to improved product competitiveness and supporting community economic empowerment.

Keywords: *Community Empowerment, Dishwashing Liquid, Product Competitiveness, Product Labeling, Product Packaging*

Pengembangan ekonomi kreatif merupakan salah satu strategi yang banyak diterapkan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan inovasi dalam menghasilkan produk yang bernilai ekonomi. Berbagai program pemberdayaan masyarakat saat ini diarahkan untuk membangun kapasitas individu maupun kelompok agar mampu mengembangkan usaha produktif yang berkelanjutan. Peningkatan keterampilan masyarakat melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan terbukti mampu membuka peluang usaha baru sekaligus memperkuat kemandirian ekonomi keluarga. Oleh karena itu, program pemberdayaan berbasis pelatihan keterampilan menjadi salah satu pendekatan yang efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat di tingkat lokal (Arrobi et al., 2025; Prananda & Rahimah, 2024).

Kelompok Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) memiliki peran strategis dalam mendukung peningkatan kesejahteraan keluarga melalui berbagai kegiatan sosial dan ekonomi produktif. Selain berfungsi sebagai wadah pengembangan kapasitas perempuan, kelompok PKK juga menjadi sarana untuk meningkatkan keterampilan anggota dalam menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah ekonomi. Melalui berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan, anggota PKK dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berpotensi dikembangkan menjadi usaha rumah tangga yang mampu memberikan tambahan pendapatan bagi keluarga. Keberhasilan berbagai program pemberdayaan masyarakat menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas kelompok perempuan dapat menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pembangunan ekonomi

berbasis masyarakat (Arrobi et al., 2025; Handayani et al., 2023).

Salah satu produk rumah tangga yang memiliki peluang untuk dikembangkan sebagai usaha skala kecil adalah sabun cuci piring. Produk ini merupakan kebutuhan yang digunakan secara rutin oleh hampir seluruh rumah tangga sehingga memiliki tingkat permintaan yang relatif stabil. Selain itu, proses produksinya cukup sederhana, bahan baku mudah diperoleh, serta dapat diproduksi dengan modal yang relatif terjangkau. Kondisi tersebut menjadikan usaha sabun cuci piring sebagai salah satu alternatif kegiatan ekonomi produktif yang dapat dikembangkan oleh kelompok masyarakat, termasuk kelompok PKK. Tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk sabun cuci piring juga menunjukkan bahwa produk ini memiliki peluang pasar yang cukup menjanjikan apabila dikelola secara baik dan berkelanjutan (Amin et al., 2023; Fauzi et al., 2024).

Meskipun demikian, keberhasilan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh kualitas isi produk semata, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek pengemasan. Kemasan memiliki fungsi yang sangat penting sebagai media perlindungan produk, penyampaian informasi, identitas merek, serta sarana komunikasi antara produsen dan konsumen. Dalam lingkungan persaingan usaha yang semakin ketat, kemasan menjadi salah satu faktor yang mampu memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk dan mendorong keputusan pembelian. Desain produk, bentuk kemasan, serta material kemasan yang digunakan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen sehingga menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari strategi pemasaran produk (Maricar et al., 2023; Mufreni, 2016).

Perkembangan dunia usaha saat ini juga menunjukkan bahwa kemasan telah berkembang dari sekadar pelindung produk menjadi instrumen branding yang mampu meningkatkan daya tarik dan daya saing produk di pasar. Kemasan yang menarik dapat membantu membangun identitas produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta

menciptakan diferensiasi dibandingkan produk sejenis. Melalui desain kemasan yang tepat, pelaku usaha dapat menyampaikan karakteristik dan nilai produk kepada konsumen secara lebih efektif. Oleh karena itu, inovasi dalam desain kemasan dan pelabelan menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan untuk meningkatkan nilai tambah produk dan memperluas peluang pasar (Donida et al., 2019; Prameswari et al., 2018).

Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, tren pengemasan produk juga mengalami perubahan yang signifikan. Kemasan modern tidak hanya dituntut memiliki fungsi estetika dan perlindungan produk, tetapi juga harus mampu memberikan kemudahan penggunaan, efisiensi distribusi, serta mendukung keberlanjutan lingkungan. Inovasi dalam desain kemasan menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan produk dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengembangan desain kemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan daya tarik produk sekaligus memperkuat posisi produk di pasar (Mardani & Prihastomo, 2025; Ropikoh et al., 2024).

Beberapa kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya telah dilakukan untuk meningkatkan kualitas pengemasan produk melalui pelatihan desain kemasan, pemberian label, inovasi kemasan, serta strategi pemasaran produk. Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas kemasan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha sekaligus memperluas peluang pemasaran produk yang dihasilkan (Fauzi et al., 2024; Hayati et al., 2023; Nasution et al., 2025). Namun demikian, kegiatan yang secara khusus berfokus pada peningkatan daya saing produk sabun cuci piring melalui pelatihan pengemasan pada kelompok PKK masih relatif terbatas, khususnya pada kelompok

masyarakat yang sebelumnya telah memiliki keterampilan memproduksi sabun cuci piring tetapi belum memiliki kemampuan yang memadai dalam aspek pengemasan produk.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Kelompok PKK RT 06 Kelurahan Jaya Mukti Kota Dumai dengan tujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam melakukan pengemasan produk sabun cuci piring yang lebih menarik, informatif, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Melalui pelatihan ini diharapkan peserta tidak hanya mampu menghasilkan produk sabun cuci piring yang berkualitas, tetapi juga mampu meningkatkan daya saing produk melalui pengemasan yang lebih baik sehingga berpotensi mendukung pengembangan usaha rumah tangga dan peningkatan kesejahteraan keluarga.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Kelompok PKK RT 06 Kelurahan Jaya Mukti, Kecamatan Dumai Timur, Kota Dumai, Provinsi Riau. Kegiatan berlangsung selama tiga bulan, yaitu pada periode Juni hingga Agustus 2024. Peserta kegiatan terdiri atas 40 ibu rumah tangga yang tergabung dalam kelompok PKK RT 06 dan berpartisipasi dalam program pemberdayaan ekonomi melalui pelatihan produksi, pengemasan, dan pemasaran sabun cuci piring.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan peserta sebagai subjek utama dalam proses pembelajaran. Pendekatan ini dipilih untuk mendorong keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan sehingga pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat dipahami serta diterapkan secara langsung. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui metode penyuluhan, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan.

Tahap pertama adalah persiapan dan identifikasi kebutuhan mitra. Pada tahap ini tim pengabdian melakukan koordinasi dengan

pengurus PKK RT 06 untuk mengidentifikasi kondisi awal peserta, menentukan jadwal kegiatan, serta menyusun materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan kelompok sasaran. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa peserta telah memperoleh pelatihan pembuatan sabun cuci piring, namun masih memerlukan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam aspek pengemasan produk sebagai upaya meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk.

Tahap kedua adalah pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan pengemasan produk. Pada tahap ini peserta memperoleh materi mengenai fungsi kemasan, manfaat kemasan dalam pemasaran produk, karakteristik kemasan yang baik, desain kemasan yang menarik, serta penyusunan label produk. Materi disampaikan melalui metode ceramah interaktif dan diskusi sehingga peserta dapat memahami konsep pengemasan produk secara lebih komprehensif.

Tahap ketiga adalah demonstrasi dan praktik pengemasan produk sabun cuci piring. Pada tahap ini peserta diperkenalkan dengan berbagai jenis kemasan yang sesuai untuk produk sabun cuci piring serta diberikan contoh label produk yang memuat identitas produk, informasi penggunaan, dan informasi produsen. Selanjutnya peserta melakukan praktik secara langsung dengan memilih kemasan, menyusun label produk, dan menerapkan teknik pengemasan yang telah dijelaskan oleh tim pelaksana.

Tahap keempat adalah evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap partisipasi peserta selama pelatihan, kemampuan peserta dalam mengikuti praktik pengemasan, serta hasil kemasan yang dihasilkan pada akhir kegiatan. Evaluasi juga dilakukan melalui sesi diskusi dan tanya jawab untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk menilai keberhasilan kegiatan dalam meningkatkan pengetahuan dan

keterampilan peserta mengenai pengemasan produk sabun cuci piring.

Secara keseluruhan, tahapan pelaksanaan kegiatan dapat digambarkan sebagai berikut: (1) persiapan dan identifikasi kebutuhan mitra, (2) penyuluhan dan pelatihan pengemasan produk, (3) demonstrasi dan praktik pengemasan, serta (4) evaluasi kegiatan. Melalui tahapan tersebut diharapkan peserta mampu memahami pentingnya kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran dan memiliki keterampilan dasar dalam mengemas produk sabun cuci piring secara lebih menarik, informatif, dan bernilai jual.

HASIL

Kondisi Awal Mitra

Kelompok PKK RT 06 Kelurahan Jaya Mukti, Kecamatan Dumai Timur merupakan kelompok masyarakat yang terdiri atas ibu rumah tangga yang aktif mengikuti berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat. Sebelum pelaksanaan kegiatan, peserta telah memperoleh pelatihan pembuatan sabun cuci piring sebagai bagian dari program peningkatan keterampilan ekonomi kreatif masyarakat. Namun demikian, kemampuan peserta masih berfokus pada aspek produksi, sedangkan pengetahuan dan keterampilan terkait pengemasan produk belum berkembang secara optimal.

Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa peserta belum memahami secara menyeluruh fungsi kemasan sebagai sarana pemasaran dan peningkatan nilai tambah produk. Sebagian besar peserta masih memandang kemasan hanya sebagai wadah penyimpanan produk. Selain itu, peserta juga belum memahami pentingnya label produk, identitas merek, informasi produk, dan desain kemasan yang menarik sebagai faktor yang dapat memengaruhi minat konsumen.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelatihan pengemasan diperlukan sebagai tahapan lanjutan untuk melengkapi keterampilan produksi yang telah dimiliki peserta sehingga produk yang dihasilkan memiliki kesiapan yang lebih baik untuk

diperkenalkan kepada masyarakat.

Pelaksanaan Pelatihan Pengemasan Produk

Pelatihan pengemasan produk dilaksanakan melalui kegiatan penyuluhan yang bertujuan meningkatkan pengetahuan peserta mengenai fungsi dan manfaat kemasan dalam pemasaran produk. Materi yang diberikan meliputi pengertian kemasan, fungsi kemasan, karakteristik kemasan yang baik, desain kemasan yang menarik, serta pentingnya label produk sebagai identitas produk.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari partisipasi aktif peserta dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Berbagai pertanyaan diajukan terkait pemilihan kemasan yang sesuai, informasi yang perlu dicantumkan pada label, serta strategi membuat kemasan yang menarik dengan biaya yang terjangkau.

Peserta juga diberikan contoh berbagai jenis kemasan produk sabun cuci piring yang telah beredar di pasaran. Melalui kegiatan tersebut peserta dapat membandingkan bentuk, ukuran, desain, dan informasi yang terdapat pada kemasan produk sehingga memperoleh gambaran mengenai kemasan yang sesuai untuk produk yang dihasilkan.



Gambar 1. Penyampaian Materi Pelatihan Pengemasan Produk Kepada

Praktik Pengemasan dan Pembuatan Label Produk

Setelah mengikuti penyuluhan,

peserta melanjutkan kegiatan dengan praktik pengemasan produk sabun cuci piring. Pada tahap ini peserta diperkenalkan dengan berbagai alternatif kemasan yang dapat digunakan untuk produk sabun cuci piring serta contoh label produk yang memuat identitas produk, manfaat produk, dan informasi penggunaan.

Kegiatan praktik dilakukan secara langsung dengan pendampingan dari tim pelaksana. Peserta diberikan kesempatan untuk menentukan bentuk kemasan yang sesuai, memilih desain label, serta menyusun informasi yang akan dicantumkan pada kemasan produk. Melalui kegiatan ini peserta memperoleh pengalaman langsung dalam mengaplikasikan materi yang telah disampaikan sebelumnya.

Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu membuat rancangan kemasan yang lebih menarik dan informatif. Produk yang sebelumnya hanya berupa hasil praktik pembuatan sabun kini mulai memiliki identitas visual melalui penggunaan kemasan dan label produk. Keberadaan label memberikan informasi yang lebih jelas mengenai produk sehingga meningkatkan nilai tambah produk yang dihasilkan.



Gambar 2. Peserta Melakukan Praktik Penyusunan Label Produk Sabun Cuci Piring.



Gambar 3. Peserta Melakukan Praktik

Pengemasan Produk Sabun Cuci Piring.

Hasil Pengemasan Produk

Setelah mengikuti kegiatan praktik, peserta berhasil menghasilkan produk sabun cuci piring yang telah dilengkapi dengan kemasan dan label sederhana. Kemasan yang digunakan mampu memberikan tampilan yang lebih rapi dan menarik dibandingkan kondisi sebelumnya. Selain itu, produk yang telah dikemas memiliki identitas yang lebih jelas sehingga lebih mudah dikenali oleh calon konsumen.

Pemberian label produk juga memberikan manfaat dalam menyampaikan informasi penting kepada konsumen, seperti nama produk, fungsi produk, serta identitas pembuat produk. Dengan adanya kemasan dan label yang lebih baik, produk menjadi lebih siap untuk diperkenalkan kepada masyarakat sebagai salah satu hasil kegiatan pemberdayaan ekonomi berbasis keterampilan rumah tangga.



Gambar 4. Hasil Kemasan dan Label Produk Sabun Cuci Piring yang dihasilkan Peserta Pelatihan

Hasil Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi terhadap keterlibatan peserta selama pelatihan dan kemampuan peserta dalam melaksanakan praktik pengemasan produk. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mampu memahami fungsi kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran produk serta mampu menerapkan teknik dasar pengemasan yang telah diberikan selama pelatihan.

Peserta juga menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai

pentingnya identitas produk, label produk, dan tampilan kemasan dalam meningkatkan daya tarik produk. Selain itu, peserta memberikan respon positif terhadap kegiatan yang dilaksanakan dan menyatakan bahwa materi pengemasan memberikan pengetahuan baru yang dapat dimanfaatkan apabila ingin mengembangkan usaha rumah tangga di masa mendatang.

PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pengemasan sabun cuci piring yang dilaksanakan pada Kelompok PKK RT 06 Kelurahan Jaya Mukti Kota Dumai bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam menghasilkan kemasan produk yang lebih menarik, informatif, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Kegiatan ini diawali dengan pemberian materi mengenai fungsi kemasan, pentingnya identitas produk, pemilihan bahan kemasan, serta strategi pengemasan yang sesuai dengan karakteristik produk sabun cuci piring. Selanjutnya peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik secara langsung dalam mendesain dan mengemas produk yang telah mereka hasilkan sebelumnya.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya belum memahami pentingnya kemasan sebagai salah satu faktor yang memengaruhi keberhasilan pemasaran produk. Sebelum pelatihan, produk sabun cuci piring yang dihasilkan umumnya hanya dikemas menggunakan wadah sederhana tanpa label dan identitas produk yang jelas. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mampu meningkatkan nilai tambah produk di mata konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mufreni (2016) yang menyatakan bahwa desain produk, bentuk kemasan, dan material kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Selain itu, Maricar et al. (2023) juga menjelaskan bahwa desain kemasan yang baik mampu meningkatkan performa produk UMKM melalui

peningkatan daya tarik visual dan pengalaman konsumen.

Peningkatan pengetahuan peserta terlihat dari kemampuan mereka dalam memilih jenis kemasan yang lebih sesuai untuk produk sabun cuci piring. Peserta mulai memahami pentingnya aspek kebersihan, keamanan, kemudahan penggunaan, serta tampilan visual dalam menentukan kemasan produk. Kemampuan tersebut merupakan hasil dari proses pelatihan dan praktik yang diberikan selama kegiatan berlangsung. Hasil ini mendukung temuan Putriana et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan kemasan, desain, dan label produk mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menghasilkan kemasan yang lebih menarik dan berkualitas (Putriana et al., 2024). Hasil serupa juga ditemukan oleh Jailani et al. (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan desain dan pengemasan produk dapat meningkatkan keterampilan peserta dalam membangun identitas produk melalui kemasan yang lebih profesional (Jailani et al., 2023).

Selain peningkatan pengetahuan teknis, pelatihan ini juga berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya branding produk. Pada sesi pelatihan, peserta diperkenalkan dengan konsep label produk, identitas merek, informasi produk, dan elemen visual yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Setelah pelatihan, peserta mampu membuat label sederhana yang memuat nama produk, komposisi, manfaat produk, dan informasi kontak. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta mulai memahami fungsi kemasan sebagai media branding yang dapat membedakan produk mereka dari produk sejenis yang beredar di pasaran. Temuan ini sesuai dengan penelitian Prameswari et al. (2018) yang menjelaskan bahwa inovasi desain kemasan dan pelabelan mampu memperkuat citra produk serta meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Pendapat tersebut juga didukung oleh Donida et al.

yang menyatakan bahwa kemasan merupakan salah satu instrumen branding yang memiliki peran penting dalam membangun persepsi konsumen terhadap suatu produk.

Pelatihan pengemasan juga memberikan dampak terhadap peningkatan daya saing produk sabun cuci piring yang dihasilkan peserta. Sebelum pelatihan, produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang cukup baik namun kurang menarik dari sisi tampilan sehingga sulit bersaing dengan produk komersial yang tersedia di pasaran. Setelah dilakukan perbaikan kemasan dan penambahan label produk, tampilan produk menjadi lebih profesional dan lebih siap untuk dipasarkan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Nasution et al. (2025) yang menunjukkan bahwa inovasi pengemasan produk sabun cuci piring mampu meningkatkan nilai jual ekonomis dan memperluas peluang pemasaran produk. Temuan tersebut juga didukung oleh Amin et al. (2023) yang menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas isi produk, tetapi juga oleh citra merek dan tampilan kemasan yang melekat pada produk tersebut.

Dari perspektif pengembangan usaha masyarakat, kegiatan ini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas kelompok PKK dalam mengembangkan usaha rumah tangga berbasis produk sabun cuci piring. Pelatihan yang diberikan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong tumbuhnya motivasi berwirausaha dan kesadaran akan pentingnya nilai tambah produk. Hasil ini sejalan dengan penelitian Prananda dan Rahimah (2024) yang menyatakan bahwa inovasi produk dan pemasaran kreatif mampu memperkuat daya saing UMKM sekaligus meningkatkan potensi ekonomi masyarakat (Prananda & Rahimah, 2024). Temuan serupa juga dikemukakan oleh Arrobi et al. (2025) yang menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan keterampilan produksi, pengemasan, dan pemasaran mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengembangkan usaha

produktif yang berkelanjutan.

Keberhasilan pelatihan ini juga menunjukkan bahwa pengemasan produk merupakan salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan nilai tambah produk dan memperkuat posisi produk di pasar. Perkembangan tren pengemasan saat ini menempatkan kemasan sebagai bagian penting dari strategi pemasaran dan diferensiasi produk. Mardani dan Prihastomo (2025) menjelaskan bahwa desain kemasan menjadi salah satu elemen utama yang memengaruhi daya saing produk pada berbagai sektor industri. Selain itu, Ropikoh et al. (2024) menyatakan bahwa perkembangan teknologi pengemasan telah mendorong pelaku usaha untuk menghasilkan kemasan yang lebih fungsional, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen modern.

Secara lebih luas, hasil kegiatan ini juga mendukung konsep pengemasan berkelanjutan yang menempatkan kemasan sebagai bagian dari strategi peningkatan efisiensi dan keberlanjutan usaha. Silva dan Pålsson (2022) menjelaskan bahwa kemasan yang dirancang dengan baik mampu meningkatkan efisiensi distribusi, memperkuat nilai produk, dan mendukung keberlanjutan rantai pasok (Silva & Pålsson, 2022). Sementara itu, Georgakoudis et al. (2025) menegaskan bahwa optimalisasi desain kemasan dapat memberikan manfaat ekonomi sekaligus meningkatkan nilai produk di mata konsumen (Georgakoudis et al., 2025). Oleh karena itu, peningkatan kemampuan pengemasan pada kelompok PKK tidak hanya berdampak pada aspek pemasaran jangka pendek, tetapi juga berpotensi mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan pengemasan sabun cuci piring pada Kelompok PKK RT 06 Kelurahan Jaya Mukti Kota Dumai berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman peserta mengenai pentingnya kemasan sebagai faktor penentu daya saing produk.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan pengemasan produk sabun cuci piring pada anggota PKK RT 06 Kelurahan Jaya Mukti Kota Dumai telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai pentingnya pengemasan sebagai bagian dari pengembangan produk. Sebelum kegiatan dilaksanakan, peserta telah memiliki keterampilan dasar dalam pembuatan sabun cuci piring, namun pemahaman mengenai fungsi kemasan, penyusunan label produk, dan peran kemasan dalam meningkatkan nilai tambah produk masih terbatas. Melalui kegiatan penyuluhan, demonstrasi, dan praktik langsung, peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai teknik pengemasan produk yang menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam bentuk rancangan kemasan dan label produk sederhana yang memberikan identitas serta informasi produk secara lebih jelas. Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga menumbuhkan kesadaran peserta bahwa kemasan merupakan salah satu faktor yang berperan dalam membangun citra produk, meningkatkan nilai tambah, dan memperkuat daya saing produk di pasar. Dengan demikian, pelatihan pengemasan menjadi tahap penting dalam mendukung kesiapan produk untuk dipasarkan setelah peserta memperoleh keterampilan produksi sabun cuci piring.

Kegiatan ini juga memberikan kontribusi terhadap upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui penguatan kapasitas anggota PKK dalam mengembangkan produk rumah tangga yang bernilai ekonomi. Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh diharapkan dapat menjadi modal awal bagi peserta untuk mengembangkan usaha berbasis produk sabun cuci piring maupun produk rumah tangga lainnya secara mandiri dan berkelanjutan.

Sebagai tindak lanjut, diperlukan kegiatan pendampingan lanjutan yang berfokus pada pengembangan branding

produk, pemasaran digital, dan strategi pemasaran berbasis media sosial agar keterampilan yang telah diperoleh peserta dapat diimplementasikan secara optimal dalam pengembangan usaha rumah tangga yang memiliki daya saing lebih tinggi.

DAFTAR RUJUKAN

- Amin, M., Putri, D. O., Putra, A. F. P., & Wati, N. M. (2023). Peran Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek dalam Mendorong Keputusan Pembelian Sabun Pencuci Piring Merek "Sama Cling." *Journal of Industrial View*, 05(02), 1–11.
- Arrobi, J., Solihah, U., Azam, I. A., Aidah, S. N., & Nurdiana, P. (2025). Pelatihan Pembuatan Sabun dan Strategi Digitalisasi Pemasaran sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 7013–7019.
- Donida, D. A. H., Prastawa, H., & Mahacandra, M. (2019). Perancangan Desain Kemasan Produk Carica Dengan Konsep Kansei Engineering dan Model Kano. *Industrial Engineering Online Journal*, 8(2).
- Fauzi, P., Widyastuti, E., & Rahayu, E. (2024). Pendampingan Pengemasan Produk Sabun Cuci Piring Berbahan Limbah Kulit Nanas Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa Beluk, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang. *Artha Imperium*, 2(2), 20–28.
- Georgakoudis, E. D., Pechlivanidou, G. G., & Tipi, N. S. (2025). Sustainable Packaging Design: Packaging Optimization and Material Reduction for Environmental Protection and Economic Benefits to Industry and Society. *Applied Sciences*, 15, 1–16.
- Handayani, I. P., Rosi, M., Bethaningtyas, H., Kautsar, F. A., Salam, M. Y. A., Islamiyah, D. U., Rinaldi, A.,

- Ilhamdihardian, B., Maratusholihah, H., & Marbun, T. R. (2023). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Citeureup Melalui Peningkatan Kualitas Produksi, Pengemasan, dan Pemasaran Digital Produk Sabun. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat 2023, 2023*, 100–112.
- Hayati, S., Nurbaiti, S., Julianis, E., Aldama, A., Amdila, R. A., Amelia, C., Sativa, O., Rahman, F. N., Sari, L. L., Rani, D. T., Ramadhan, K., Saputra, D., Esvandhiary, F. E., Jayu, P., Akbar, A., & Adam. (2023). Pendampingan Kelompok Kampung KB dalam Produksi Sabun Cuci Piring melalui Strategi Pengemasan Ulang dan Pemberian Logo Produk. *JDISTIRA (Jurnal Pengabdian Inovasi Dan Teknologi Kepada Masyarakat) Provinsi*, 3(2), 174–180.
- Jailani, H. Y., Putra, V. P., Sari, D. P., Sari, N. Y., Syahfitra, M., Novfirman, Fitri, F., Aulia, R., & Ariliusra, A. (2023). Pelatihan Desain dan Packaging Produk bagi Siswa Ekonomi Lemah MTSN 2 Payakumbuh. *Jurnal ABDIDAS*, 4(4), 311–317.
- Mardani, A., & Prihastomo, Y. (2025). Recent Trends in Packaging Design Based on Industrial Design Registrations in Indonesia. *Productum: Jurnal Desain Produk (Pengetahuan Dan Perancangan Produk)*, 8(1), 53–62.
- Maricar, R., Naharuddin, A., & Rosmiati. (2023). The Influence of Packaging Design on the Performance of Small and Medium-sized Enterprises Products. *Jurnal Administrasi Kantor*, 11(1), 153–162.
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus: Teh Hijau Serbuk TOCHA). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54.
- Nasution, M. P., Pinem, L. J., & Hutasuhut, A. L. (2025). Pelatihan Inovasi Pengemasan Produk Sabun Cuci Piring Bernilai Jual Ekonomis bagi Pokdarwis Desa Sialang Buah Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 6(1), 240–246.
- Prameswari, N. S., Suharto, M., & Wulandari, E. (2018). Strategi Branding Melalui Inovasi Desain Kemasan Bagi Home Industry Sabun Cair. *Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan*, 03(02), 35–54.
- Prananda, Y., & Rahimah. (2024). Inovasi Produk dan Pemasaran Kreatif Dalam Pemberdayaan UMKM di Desa Besar II Terjun Untuk Peningkatan Ekonomi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Ekonomi Dan Bisnis Digital (JPMEBD)*, 1(3), 250–258.
- Putriana, Meflinda, A., Diniati, D., & Sandora, M. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Kemasan , Design dan Label Produk UMKM Kelurahan Tuah Madani Pekanbaru Riau. *Community Insight: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 01(02), 77–83.
- Ropikoh, S., Widjayanti, Idris, M., Nuh, G. M., & Fanani, M. Z. (2024). Perkembangan Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan Produk Pangan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(1), 30–38.
- Silva, N., & Pålsson, H. (2022). Industrial Packaging and its Impact on Sustainability and Circular Economy : A systematic Literature Review. *Journal of Cleaner Production*, 333(March 2021), 130165.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.130165>