

PELATIHAN DESAIN KEMASAN SEBAGAI INTERVENSI PSIKOEDUKASI UNTUK MENINGKATKAN *SELF-EFFICACY* DAN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PELAKU UMKM DI PCM DANUREJAN YOGYAKARTA

Andi Purnawan Putra^{1*}, & Bagus Mahardika^{2*}

¹Sekolah Tinggi Pendidikan Islam (STPI) Bina Insan Mulia Yogyakarta, Indonesia

²IIQ An Nur Yogyakarta, Indonesia

*E-mail: bagusmahardika72@gmail.com

Submit Tgl: 14-Juni-2026

Diterima Tgl: 14-Juni-2026

Diterbitkan Tgl: 15-Juni-2026

Abstrak: Pelaku UMKM sering mengalami hambatan psikologis berupa rendahnya keyakinan diri terhadap kemampuan mengelola usaha, yang berdampak pada stagnasi perilaku kewirausahaan. Penelitian pengabdian ini bertujuan mengkaji efektivitas pelatihan desain kemasan sebagai intervensi psikoedukasi untuk meningkatkan *self-efficacy* dan perilaku kewirausahaan pelaku UMKM binaan PCM Danurejan Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah workshop interaktif dengan pendekatan experiential learning yang dilaksanakan pada 24 Mei 2026 di Aula Masjid Al-Amna, Bausasran. Sebanyak 26 pelaku UMKM dan 10 pengurus PCM terlibat dalam kegiatan. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan kepercayaan diri peserta dalam mendesain kemasan, yang tercermin dari keaktifan diskusi, munculnya inisiatif redesain produk, dan terbangunnya jejaring dengan penyedia jasa kemasan. Intervensi psikoedukasi melalui pelatihan praktis terbukti mampu memperkuat *self-efficacy* dan mendorong perilaku kewirausahaan yang lebih proaktif.

Kata Kunci: Psikoedukasi, *Self-Efficacy*, Perilaku Kewirausahaan, UMKM, Desain Kemasan

Cara mengutip Putra, A. P., & Mahardika, B. (2026). Pelatihan Desain Kemasan sebagai Intervensi Psikoedukasi untuk Meningkatkan Self-Efficacy dan Perilaku Kewirausahaan Pelaku UMKM di PCM Danurejan Yogyakarta. *JPEMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 254–259.
<https://doi.org/10.71456/adc.v4i2.2057>

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian Indonesia dengan kontribusi 61% terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja 97%. Namun, data lapangan menunjukkan bahwa kendala UMKM tidak hanya bersifat teknis dan ekonomi, tetapi juga psikologis. (Yolanda, 2024). Banyak pelaku UMKM memiliki produk berkualitas tetapi enggan berinovasi karena rendahnya *self-efficacy* atau keyakinan diri atas kemampuan mereka bersaing di pasar. (Dian Sudiantini et al., 2024). Di Kota Yogyakarta terdapat 24.000 unit UMKM per April 2026.

Tingginya densitas ini menciptakan tekanan kompetitif yang menuntut adaptasi. Dalam perspektif psikologi pendidikan, tekanan tersebut dapat menjadi stimulus pembelajaran orang dewasa jika difasilitasi dengan intervensi yang tepat. (Enti Agestia et

al., 2024). Salah satu bentuk intervensi yang aplikatif adalah pelatihan desain kemasan. Pimpinan Cabang Muhammadiyah (PCM) Danurejan melalui program pemberdayaan ekonomi memandang penting adanya pembinaan berbasis komunitas.

Kemasan produk menjadi aspek hilir yang sering diabaikan, padahal dalam psikologi konsumen dan pendidikan, kemasan berfungsi sebagai media pembelajaran visual yang dapat mengubah persepsi, motivasi, dan perilaku pelaku usaha. (Setiawardhani, 2025). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini memandang pelatihan desain kemasan bukan sekadar transfer keterampilan teknis, melainkan sebagai intervensi psikoedukasi untuk memperkuat *self-efficacy* dan mendorong perubahan perilaku kewirausahaan pelaku UMKM di PCM Danurejan.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Kemasan produk menjadi aspek hilir yang sering diabaikan, padahal dalam psikologi konsumen dan pendidikan, kemasan berfungsi sebagai media pembelajaran visual yang dapat mengubah persepsi, motivasi, dan perilaku pelaku usaha.

3. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini menggunakan pendekatan penelitian tindakan pengabdian masyarakat dengan metode intervensi psikoedukasi.(Khasanah, 2024). Subjek: 26 pelaku UMKM binaan PCM Danurejan dan 10 pengurus PCM. Waktu dan Tempat: 24 Mei 2026, Aula Masjid Al-Amna, Bausasran, Danurejan, Yogyakarta. Desain Intervensi: Tahap Persiapan: Identifikasi kebutuhan dan pemetaan tingkat *self-efficacy* awal melalui wawancara singkat dan observasi. (Makarim & Dewi, 2025). Tahap Pelaksanaan: Workshop interaktif dengan pendekatan *experiential learning* Kolb. Materi mencakup prinsip desain visual, brand identity, dan komunikasi kemasan. Peserta diajak mempraktikkan langsung redesain kemasan produknya.(Hakima & Hidayati, 2020) Tahap Refleksi & Jejaring: Diskusi kelompok, berbagi pengalaman, dan fasilitasi link ke vendor kemasan untuk memperkuat rasa mampu dan menurunkan hambatan psikologis. Evaluasi dilakukan melalui observasi partisipatif, dokumentasi diskusi, dan refleksi peserta untuk melihat perubahan aspek kognitif, afektif, dan perilaku.(Haifani et al., 2026).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep *Self-Efficacy*

Teori *self-efficacy* dikemukakan oleh Albert Bandura yang menyatakan bahwa keyakinan seseorang terhadap kemampuannya sendiri akan menentukan cara berpikir, merasa, dan bertindak. *Self-efficacy* yang tinggi akan memicu seseorang untuk menetapkan tujuan yang menantang, berusaha keras mencapainya, dan bangkit kembali ketika menghadapi kegagalan.(Artino, 2012). Sebaliknya, *self-efficacy* yang rendah membuat seseorang menghindari tantangan, mudah menyerah, dan memiliki pandangan pesimis terhadap kemampuannya

sendiri.(Rahmawati & Nopriana, 2024). Dalam konteks kewirausahaan, *self-efficacy* menjadi modal psikologis utama yang membedakan pengusaha yang berkembang dengan yang stagnan.

2. Perilaku Kewirausahaan

Perilaku kewirausahaan merujuk pada serangkaian tindakan proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko yang dilakukan untuk mengembangkan usaha. Perilaku ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh pengetahuan, keterampilan, dan kondisi psikologis pelakunya. Perilaku kewirausahaan yang baik ditandai dengan kemampuan melihat peluang, berani berinovasi, mencari informasi, dan membangun jejaring.(Gede Yudi Pratama, 2022).

3. Psikoedukasi sebagai Intervensi

Psikoedukasi merupakan pendekatan yang menggabungkan unsur pendidikan dan psikologi. Tujuannya bukan hanya mentransfer informasi, tetapi juga membantu individu memahami kondisi dirinya, mengubah pola pikir yang negatif, dan mengembangkan strategi untuk mengatasi hambatan.(Pasenrigading et al., 2025). Dalam pelatihan ini, psikoedukasi diterapkan dengan cara memberikan pemahaman bahwa kemampuan mendesain dapat dipelajari, menghilangkan mitos bahwa desain memerlukan bakat khusus, dan memberikan pengalaman langsung yang membuktikan keberhasilan kecil sehingga menumbuhkan rasa percaya diri.

4. Peran Desain Kemasan dalam Pemasaran

Desain kemasan adalah salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran. Kemasan berfungsi sebagai "penjual diam" yang pertama kali dilihat konsumen. Unsur desain seperti warna, bentuk, tipografi, dan gambar memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk.(Ermawaty, 2019). Kemasan yang baik dapat meningkatkan daya tarik, memberikan informasi yang jelas, dan membangun citra merek yang kuat.

Pembahasan

1. Perubahan Aspek Kognitif (Pengetahuan)

Sebelum pelatihan, hampir seluruh peserta memandang kemasan hanya sebagai pembungkus atau pelindung barang agar tidak rusak selama pengiriman. Mereka menganggap bahwa aspek penting dalam usaha adalah kualitas rasa atau bahan baku, sedangkan tampilan luar dianggap kurang penting. Hal ini terlihat dari kemasan yang digunakan cenderung sederhana, polos, bahkan sering menggunakan plastik bekas atau kemasan pabrikan yang sudah ada tanpa identitas usaha sendiri.

Setelah mengikuti pemaparan materi dan diskusi, terjadi perubahan pemahaman yang mendasar. Peserta mulai memahami bahwa kemasan memiliki fungsi strategis sebagai media komunikasi, sarana promosi, dan penentu nilai jual. Mereka menyadari bahwa kemasan yang baik dapat menarik perhatian pembeli, membedakan produknya dari pesaing, dan memberikan kesan profesional. Pengetahuan tentang unsur desain seperti pemilihan warna yang sesuai jenis produk, penulisan nama dan alamat usaha, serta informasi kandungan produk juga semakin dipahami dengan baik.

Tabel 1. Dampak Intervensi Psikoedukasi pada Aspek Psikologis dan Perilaku UMKM

ASPEK	SEBELUM INTERVENSI	SETELAH INTERVENSI
Kognitif	Intervensi Kognitif Menganggap kemasan hanya pelindung fisik	Memahami kemasan sebagai media komunikasi dan nilai tambah
Afektif	Afektif Rendah diri, takut gagal mencoba desain baru	Lebih percaya diri, termotivasi mencoba
Perilaku	Tidak aktif mencari solusi kemasan	Inisiatif menghubungi vendor, menyusun desain awal

2. Perubahan Aspek Afektif (Sikap dan Keyakinan)

Perubahan pada aspek psikologis merupakan indikator utama keberhasilan intervensi psikoedukasi. Pada awal kegiatan, peserta terlihat ragu-ragu, enggan berbicara, dan cenderung memandang bahwa kemampuan mendesain adalah bakat khusus yang tidak dimiliki orang biasa. Beberapa peserta menyatakan khawatir jika hasil

desainnya dinilai buruk oleh orang lain. (Kandeger et al., 2018)

Namun, suasana kegiatan yang dibangun secara akrab, dukungan dari sesama peserta, dan bimbingan langsung dari narasumber secara bertahap mengubah suasana hati tersebut. Ketika peserta mulai mencoba membuat sketsa dan menyadari bahwa mereka mampu menghasilkan ide sendiri, rasa percaya diri mulai tumbuh. Di akhir kegiatan, peserta terlihat lebih antusias, berani menyampaikan pendapat, dan memiliki pandangan positif bahwa mereka mampu mengembangkan usahanya. Hal ini sejalan dengan teori Bandura yang menyatakan bahwa pengalaman keberhasilan langsung adalah sumber terkuat untuk membangun *self-efficacy*.

3. Perubahan Perilaku Kewirausahaan

Peningkatan pengetahuan dan keyakinan diri secara langsung berdampak pada perubahan perilaku. Jika sebelumnya peserta cenderung pasif dan menerima keadaan apa adanya, setelah pelatihan mereka menunjukkan sikap yang lebih proaktif. Beberapa peserta langsung bertanya tentang kisaran harga pembuatan kemasan, jenis bahan yang ekonomis namun menarik, dan cara pemesanan. Bahkan, beberapa di antaranya telah membuat sketsa awal desain kemasan baru yang siap dikembangkan lebih lanjut. (Widiati, 2020)

Perubahan ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya berhenti pada teori, tetapi mampu memicu tindakan nyata. Hal ini sesuai dengan tujuan pembinaan UMKM, yaitu menciptakan pelaku usaha yang mandiri dan berdaya saing. Keberadaan jaringan yang dibangun dengan penyedia jasa kemasan juga menjadi pendorong penting agar hasil pelatihan tidak hanya berhenti sebagai wacana, tetapi dapat segera diwujudkan.

4. Peran Komunitas dalam Keberhasilan Kegiatan

Lingkungan komunitas yang terbentuk di PCM Danurejan memberikan kontribusi yang besar. Dukungan dari pengurus dan kebersamaan antar sesama pelaku usaha menciptakan rasa aman dan nyaman dalam belajar. Tidak ada rasa saling bersaing yang tajam, melainkan saling berbagi pengalaman

dan memberikan masukan yang membangun.(Alfidyah, 2025) Lingkungan seperti ini berperan sebagai penyangga psikologis yang mengurangi kecemasan dan mempercepat proses pembelajaran. Secara psikologi sosial, interaksi positif dalam kelompok memperkuat motivasi dan keyakinan individu.

Pelaksanaan dan dokumentasi Kegiatan:



Gambar 1. Penyampaian Materi tentang Peran Strategis Kemasan

Foto ini mendokumentasikan sesi pemaparan materi oleh narasumber dari STPI Bina Insan Mulia Yogyakarta. Peserta tampak memperhatikan penjelasan mengenai fungsi kemasan sebagai media komunikasi visual dan instrumen peningkatan *value product*. Suasana diskusi awal ini menjadi tahap *abstract conceptualization* dalam proses pembelajaran orang dewasa, di mana peserta mulai membangun pemahaman baru tentang pentingnya desain kemasan.



Gambar 2. Praktik Kelompok dan Diskusi Interaktif Peserta UMKM

Gambar ini menunjukkan aktivitas peserta dalam mendiskusikan desain kemasan produk masing-masing secara berkelompok. Interaksi antar peserta mencerminkan proses *reflective observation* dan *active experimentation* sesuai model *experiential learning* Kolb. (Windayani et al., 2025). Tampak adanya pertukaran pengalaman dan saling memberikan masukan, yang memperkuat rasa percaya diri dan *self-efficacy* dalam mengelola aspek visual produk.



Gambar 3. Sesi Networking dengan Penyedia Jasa Kemasan

Foto ini merekam momen fasilitasi jejaring antara pelaku UMKM PCM Danurejan dengan mitra penyedia jasa pembuatan kemasan. Kehadiran vendor ini bertujuan menurunkan hambatan psikologis dan praktis peserta dalam mengakses layanan pengemasan. Kegiatan ini menjadi bentuk dukungan lingkungan belajar komunitas yang mendorong peserta untuk segera mengimplementasikan hasil pelatihan.(Widiastuti Eka & Junaidah, 2025)

5. KESIMPULAN

Pelatihan desain kemasan yang dirancang sebagai intervensi psikoedukasi terbukti efektif meningkatkan *self-efficacy* dan mendorong perilaku kewirausahaan yang lebih proaktif pada pelaku UMKM PCM Danurejan Yogyakarta. Perubahan terjadi pada aspek kognitif, afektif, dan perilaku peserta. Saran: Diperlukan pendampingan lanjutan secara *one-on-one* untuk menguatkan keterampilan desain dan digital marketing. Penelitian lanjutan

disarankan menggunakan *pre-test* dan *post-test self-efficacy scale* untuk mengukur perubahan secara kuantitatif. PCM dapat menjadikan pelatihan berbasis psikoedukasi sebagai model pembinaan UMKM berkelanjutan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul “Pelatihan Desain Kemasan sebagai Intervensi Psikoedukasi untuk Meningkatkan *Self-Efficacy* dan Perilaku Kewirausahaan Pelaku UMKM di PCM Danurejan Yogyakarta” dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pimpinan Cabang Muhammadiyah Danurejan Yogyakarta dan seluruh pelaku UMKM yang telah berpartisipasi, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) IIQ An Nur Yogyakarta dan STPI Bina Insan Mulia Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk melalui skema PKM-28 tahun 2026, atas dukungan fasilitas dan administrasi. Semoga hasil pengabdian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kemandirian dan daya saing UMKM.

7. REFERENSI

- Alfidiyah, M. (2025). Peran Komunitas Lokal dalam Pemberdayaan Masyarakat: Analisis Studi Etnografi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 01(01), 7–12. <http://ojs.pustakabangsaindonesia.com/index.php/jisip>
- Artino, A. R. (2012). Academic self-efficacy: from educational theory to instructional practice. *Perspectives on Medical Education*, 1(2), 76–85. <https://doi.org/10.1007/s40037-012-0012-5>
- Dian Sudiantini, Ananda Sefita, Puspita Ayu Maharani, Suci Maharani, & Vira, F. (2024). Implementasi Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Antara Umkm. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 3534–3542.
- Enti Agestia, Desy Safitri, & Sujarwo Sujarwo. (2024). Adaptasi Mahasiswa Dalam Mengatasi Culture Shock Dalam Perkuliahan. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(4), 253–264. <https://doi.org/10.62383/risoma.v2i4.180>
- Ermawaty, E. E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://ejournal.itbwigalumajang.ac.id/index.php/eps/article/download/459/272/101>
- Gede Yudi Pratama. (2022). Perilaku Kewirausahaan Dan Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Studi Pada Usaha Oriana Mini Mart. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 2(2), 14–24. <https://doi.org/10.51903/dinamika.v2i2.163>
- Haifani, M. F., Astuti, R. P., & Putri, R. M. (2026). Penguatan Karakter Peduli Lingkungan Anak melalui Aktivitas Menanam pada Program Pijar Ct Arsa di SD N 3 Kaur Gading. 4(3), 19398–19404.
- Hakima, A., & Hidayati, D. L. (2020). Peran Model Experiential Learning Dalam Pendidikan Berbasis Keterampilan Tata Busana. *Jurnal Online Tata Busana*, 9(03), 51–59. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-busana/article/view/36853>
- Kandeger, A., Guler, H. A., Egilmez, U., & Guler, O. (2018). Major depressive disorder comorbid severe hydrocephalus caused by Arnold – Chiari malformation Does exposure

- to a seclusion and restraint event during clerkship influence medical student ' s attitudes toward psychiatry? *Indian Journal of Psychiatry*, 59(4), 2017–2018. <https://doi.org/10.4103/psychiatry.IndianJPpsychiatry>
- Khasanah, U. (2024). Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat: Teori dan Implementasi. In *Tahta Media Group* (Vol. 1, Number 1).
- Makarim, S. A., & Dewi, L. S. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Ekonomi Kreatif: Strategi Pengembangan Ekonomi Pedesaan Di Desa Sukagalih, Kecamatan Sukaratu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Multi Disiplin*, 2(2), 33–39. <https://doi.org/10.70134/jupengen.v2i2.434>
- Pasenrigading, A. R., Thohirah, D., Siswanti, D. N., & Daud, M. (2025). Psikoedukasi “Tumbuh Ceria” untuk Meningkatkan Perilaku Sosial Positif Anak Usia Dini Psychoeducation “Growing Cheerfully” to Improve Positive Social Behavior in Early Childhood. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(10), 252–259.
- Rahmawati, S. R., & Nopriana, T. (2024). Self Efficacy Siswa: 7 Indikator Keyakinan Diri dan Tantangan dalam Pembelajaran Matematika SMP. *Suska Journal of Mathematics Education*, 10(2), 101. <https://doi.org/10.24014/sjme.v10i2.32726>
- Setiawardhani, W. O. (2025). Peran Packaging Dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen. *Komunikata* 57, 6(1), 152–162. <https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1888>
- Widiastuti Eka, & Junaidah. (2025). Komunitas Belajar Sebagai Strategi Adaptasi Sumber Daya Manusia Dalam Mengelola Perubahan. *Jurnal Kependidikan Islam*, 15(01). <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/idaroh>
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- Windayani, Calam, A., & Hasibuan, A. M. (2025). Pengaruh Pendekatan Experiential Learning Terhadap Kemampuan Literasi Sains Siswa SD PAB 33 Sidodadi Kab. Deli Serdang. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 02(02), 359–381.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>