



**PELATIHAN PEMBUATAN DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN
CANVA PADA UKM DESA KEDUNGGEDE UNTUK MENINGKATKAN
DAYA SAING PRODUK**

*Training for Packaging Design using Canva at Kedunggede Village SMEs to
Improve Product Competitiveness*

Don Avian Safitri*¹, Retno Waluyo², Ito Setiawan³

^{1,2,3}Universitas Amikom Purwokerto

* Email: viaavian11@gmail.com

Abstract

It is felt that monotonous packaging designs do not function optimally from a visual perspective. Ideally, a product always has an attractive packaging that makes it a separate brand image to distinguish its identity from other products. The purpose of this service is to have training in making this packaging design which can foster a sense of creativity and create innovation, especially in making packaging designs. This packaging design training is aimed at UKMs in Kedunggede Village. The method used is literature review and demonstration via Zoom Meeting. The tool used in this packaging design service is Canva. In carrying out this activity, 14 people involved in the corn vermicelli cenil business participated. The results of this service activity are direct practice in making packaging designs and increasing knowledge and insight in implementing attractive packaging designs.

Keywords: *Packaging Design, Engagement, Canva*

Abstrak

Desain kemasan yang monoton dirasa kurang berfungsi optimal dalam segi visual. Idealnya dalam sebuah produk selalu memiliki kemasan yang menarik yang menjadikannya sebagai citra merek tersendiri untuk membedakan identitasnya dengan produk lain. Tujuan dari pengabdian ini adalah dengan adanya pelatihan pembuatan desain kemasan ini yang dapat menumbuhkan rasa kreativitas dan menciptakan inovasi terutama dalam pembuatan desain kemasan. Pelatihan pembuatan desain kemasan ini ditujukan kepada UKM Desa Kedunggede. Metode yang digunakan yaitu menggunakan literature review dan demonstrasi melalui Zoom Meeting. Tools yang digunakan dalam pengabdian pembuatan desain kemasan ini yaitu Canva. Dalam pelaksanaan kegiatan ini diikuti oleh 14 orang yang terlibat dalam usaha cenil bihun jagung. Hasil kegiatan pengabdian ini yaitu mempraktikkan secara langsung dalam pembuatan desain kemasan dan meningkatkan pengetahuan dan wawasan dalam implementasi design kemasan menarik.

Kata Kunci: Design Kemasan, Pengabdian, Canva

PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah atau yang disingkat UKM merupakan suatu usaha kecil menengah dengan menekankan pada usaha kecil. UKM memiliki kontribusi dan peranan yang besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Salah satu Usaha Kecil Menengah dalam bidang makanan yaitu UKM Desa Kedunggede. UKM Desa Kedunggede terletak di Desa Kedunggede, Kecamatan Banyumas, Kabupaten Banyumas yang merupakan sebuah usaha yang memproduksi produk

kerajinan tangan sampai jajanan pasar seperti cenil yang terbuat dari bihun jagung dan pengrajin anyaman besek atau lebih dikenal dengan piti. Usaha ini dimulai pada tahun 2016 sampai sekarang. Jajanan pasar dan anyaman besek yang merupakan salah satu produk usaha dari UKM Desa Kedunggede. Salah satu jajanan pasar yang diproduksi yaitu Cenil Bihun Jagung. Cenil biasanya terbuat dari tepung tapioka bercampur gula pasir/gula aren cair dan kelapa parut. Cenil yang dimaksud dalam usaha ini berbeda dengan cenil yang dijual dipasar, karena pelaku usaha cenil melakukan inovasi dalam proses pembuatan yaitu menggunakan bahan tambahan bihun jagung dan bubuk agar-agar. Penambahan bahan tersebut memberikan tekstur kenyal pada cenil guna meningkatkan daya saing produk dipasaran. Inovasi desain kemasan ini dibuat bertujuan agar membedakan produk UKM Desa Kedunggede dengan produk serupa yang ada di pasar. Dalam melakukan pemasarannya, usaha ini dapat menerima pesanan berbagai kegiatan seperti hajatan, arisan, maupun acara tertentu.

Beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam usaha makanan ringan (jajanan pasar) ini yaitu kualitas bahan yang digunakan, konsep pemasaran, serta pengemasan produk agar dapat diminati oleh konsumen. Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat dikatakan kurang dalam memperhatikan kemasan yang digunakan untuk mengemas produk yang dipasarkan, karena kemasan dianggap bukan bagian terpenting dalam menarik minat konsumen, serta kurangnya sumber daya manusia (SDM) dan pengetahuan mengenai arti tujuan kemasan dalam sebuah usaha. Usaha ini memiliki visi yaitu memperkenalkan jajanan pasar tradisional dengan kualitas terbaik. Namun, apabila tidak diimbangi dengan konsep desain yang menarik maka dapat mempengaruhi daya saing produk.

Peningkatan stabilitas target pasar dalam sebuah usaha perlu adanya peran aktif dari sumber daya manusia untuk terlibat dalam merubah pola strategy marketing dan meningkatkan efektivitas berwirausaha. Penelitian sebelumnya (W. Haholongan and I. Jayadi, 2019) melakukan perancangan desain kemasan sebagai media menarik minat beli konsumen bir pletok (setu babakan) menggunakan desain penelitian yaitu analisis data dengan pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi dan studi pustaka. Dari penelitian tersebut menghasilkan sebuah desain kemasan menggunakan strategi verbal dan visual yang bertujuan untuk membuat desain kemasan yang baik secara visual maupun secara verbal. Pada penelitian lain (D. A. Fitri and M. Mansur, 2018) melakukan pelatihan desain dan promosi online produk kerupuk ikan dan kerupuk sagu di Kuala Alam, Kecamatan Bengkalis. Melibatkan dua mitra dalam melakukan desain profil, desain produk hingga melakukan promosi secara online melalui sosial media dengan tujuan membantu dua mitra tersebut mengembangkan usahanya dan dapat meningkatkan daya jual.

Perkembangan teknologi yang pesat sangat bermanfaat bagi para pelaku usaha khususnya dalam melakukan upaya meningkatkan daya saing produk dengan berbagai cara. Pengetahuan teknologi bagi sebuah difokuskan pada meningkatkan skill desain kemasan. Desain kemasan yang monoton dirasa kurang berfungsi optimal dalam segi visual. Idealnya dalam sebuah produk selalu memiliki kemasan yang menarik yang menjadikannya sebagai citra merek tersendiri untuk membedakan identitasnya dengan produk lain. Desain yang menarik akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk. Desain kemasan dalam suatu produk memiliki ciri khas yang memiliki pengaruh dikemas

secara tidak langsung yang ada didalamnya, dikomunikasikan melalui bentuk, warna, keterangan komposisi bahan, tipografi serta gambar. Saat ini sudah banyak tools maupun software yang digunakan dalam membuat sebuah desain. Salah satunya Canva, merupakan platform pembuatan desain gratis dan konten publikasi yang lebih mudah cepat daripada software lainnya.

Canva dapat digunakan melalui aplikasi mobile maupun web. Canva sering digunakan oleh pada seorang yang ahli dibidang desain grafis dalam proses mendesain. Oleh karena itu, dengan canva pelaku usaha dapat memanfaatkannya dalam pembuatan desain karena fitur yang ditampilkan sangat mudah dipahami dan dapat meningkatkan wawasan dalam ilmu desain. Dalam rangka meningkatkan daya saing produk dan pengetahuan akan hal desain, maka diperlukan sebuah pelatihan pembuatan desain kemasan terhadap usaha cenil bihun jagung menggunakan aplikasi canva. Tujuan dari pengabdian ini adalah dengan adanya pelatihan pembuatan desain kemasan ini yang dapat menumbuhkan rasa kreativitas dan menciptakan inovasi terutama dalam pembuatan desain kemasan. Seperti halnya usaha cenil bihun jagung dalam implementasi desain kemasan digunakan sebagai identitas guna memberikan kekuatan atas produk yang dipasarkan.

METODE

Desain pengabdian ini menggunakan metode *literature review* dan demonstrasi. Metode demonstrasi yang dilakukan dengan mempraktikkannya melalui Zoom Meeting. Selain itu metode *literature review* juga digunakan dalam pengabdian ini yaitu berdasarkan kumpulan dari literatur jurnal yang disusun secara sistematis bersumber dari google scholar terbitan rentan tahun 2018-2023 menggunakan kata kunci : pelatihan desain grafis, desain kemasan, strategi marketing, peningkatan omset. Pelaksanaan pengabdian ini dilaksanakan secara daring, maka dibuatkanlah jadwal kegiatan sebagai berikut:

Waktu	Kegiatan
09.00 – 09.05	Pembukaan
09.05 – 09.20	Penyampaian Materi : Desain kemasan beserta optimasi yang dilakukan dan Gambaran umum aplikasi Canva
09.20 – 10.00	Implementasi Desain (Mempraktikkan Pembuatan Desain Kemasan)
10.00 – 10.25	Sesi tanya jawab dan diskusi
10.25 – 10.30	Penutupan

Tahapan pelaksanaan dari pengabdian ini antara lain;

a) Tahap Persiapan dan Penyampaian Materi

Tahap awal ini dimulai dari penyampaian materi, materi yang disampaikan meliputi penjelasan mengenai langkah-langkah membuat desain kemasan, optimasi desain kemasan dengan mempertimbangkan beberapa faktor, penjelasan aplikasi canva dimulai dari gambaran umum sampai dengan fitur-fitur yang terdapat di aplikasi tersebut.

b) Tahap Implementasi Desain

Tahap kedua dari pengabdian ini yaitu mempraktekkan secara langsung pembuatan desain kemasan menggunakan canva. Sebelum dilakukannya desain, peserta terlebih dahulu langkah mendaftarkan akun canva. Dalam proses

pembuatan desain kemasan disampaikan juga terkait template dan kegunaan dari fitur yang terdapat dalam aplikasi canva yang nantinya akan digunakan dalam proses edit desain.

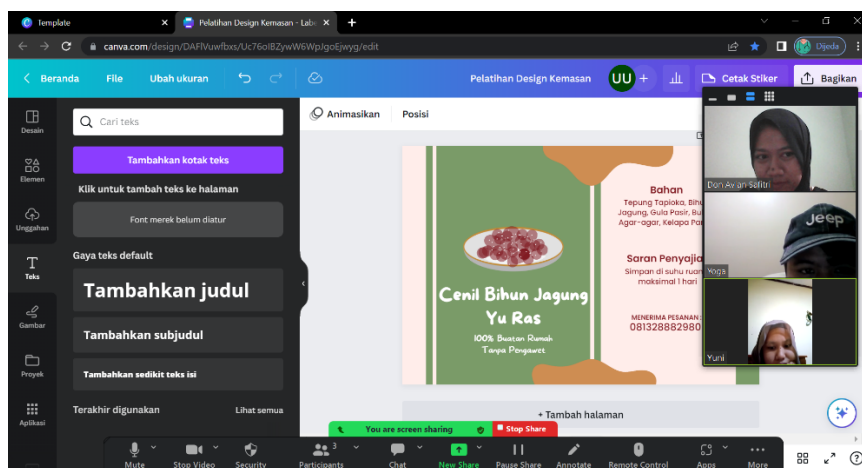
c) Tahap Evaluasi

Pada tahap akhir kegiatan diberikan sesi tanya jawab dan diskusi dari keseluruhan kegiatan yang telah dilaksanakan terkait materi yang disampaikan. Terdapat indikator yang akan dijadikan sebagai evaluasi kegiatan pengabdian ini seperti penjelasan materi yang telah disampaikan, manfaat yang dapat tersampaikan dari pengabdian ini serta penggunaan desain kemasan yang telah dipraktikkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung pada Hari Rabu, 7 Juni 2023 secara daring melalui *zoom meeting* dan diikuti oleh 14 peserta (orang yang terlibat dalam usaha tersebut). Sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian dimulai, dilakukan pengecekan kesiapan peserta secara online seperti kesiapan materi hingga koneksi jaringan internet. Tools yang digunakan dalam pembuatan desain ini menggunakan Aplikasi Canva. Canva merupakan platform desain grafis yang memudahkan pengguna dalam membuat berbagai jenis desain dengan menyediakan berbagai template, elemen desain yang mendukung sesuai kebutuhan, gambar hingga fitur yang mendukung dalam proses desain yang menarik dan profesional.

Tahap awal pengabdian ini yaitu Persiapan dan Penyampaian Materi. Persiapan dilakukan agar pelaksanaan kegiatan ini walaupun dilaksanakan secara daring melalui *zoom meeting*, diharapkan dapat berjalan sesuai jadwal kegiatan yang telah disusun dan berjalan dengan lancar. Materi yang disampaikan pada kegiatan ini meliputi penjelasan desain kemasan beserta optimasi yang dapat dilakukan dalam meningkatkan daya saing produk, gambaran umum aplikasi *canva* mulai dari alur pembuatan akun, pemilihan template desain sehingga pengenalan fitur-fitur yang terdapat dalam aplikasi *canva* dapat dilihat pada Gambar 1.

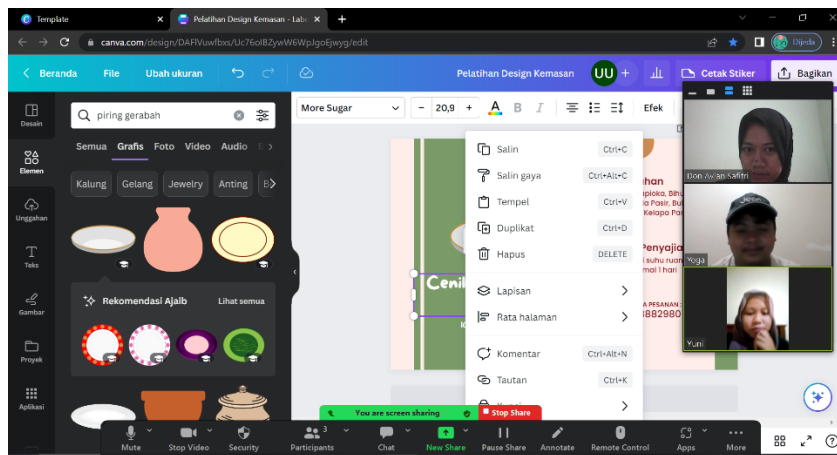


Gambar 1. Pengenalan Fitur Canva

Selain pengenalan desain kemasan materi disampaikan mengenai optimasi desain kemasan dilakukan dengan mempertimbangkan faktor. Untuk menunjang keunggulan sebuah desain agar tidak terkesan monoton perlu adanya faktor yang

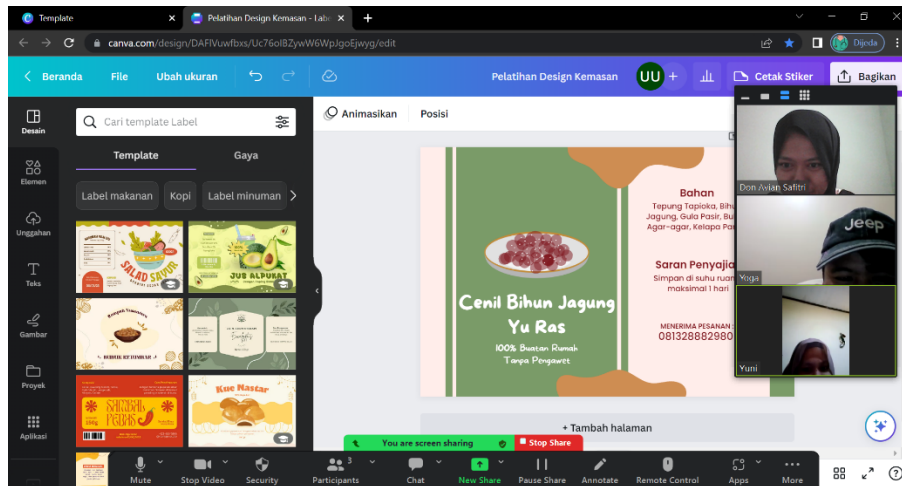
mendukung didalamnya. Faktor tersebut meliputi mengoptimalkan desain kemasan dengan menciptakan tampilan yang menarik, informatif dan sesuai target konsumen, desain kemasan dalam proses perancangannya harus mencakup elemen kombinasi warna yang sesuai, bentuk, gambar, teks yang konsisten agar mempengaruhi keputusan pembelian, serta menyajikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen termasuk nama produk, deskripsi, saran penyajian sampai label kemasan.

Tahap kedua dari kegiatan ini yaitu Implementasi Desain. Dalam pelatihan ini secara bersama-sama melalui zoom meeting mempraktekkan secara langsung untuk desain kemasan menggunakan template yang disediakan oleh canva. Ketika sudah memilih template desain dengan klik desain yang dipilih, maka dari desain tersebut dapat diubah sesuai kebutuhan produk maupun hanya menggantinya saja. Namun kali ini praktek yang dilakukan yaitu mengubahnya sesuai kebutuhan. Pada gambar 2 dijelaskan mengenai cara menambahkan elemen tambahan dalam desain kemasan sesuai kebutuhan. Elemen yang disediakan tidak hanya tentang grafis saja, terdapat elemen foto, video, audio dll.



Gambar 2. Penjelasan fungsi menu

Selain itu juga dijelaskan mengenai fitur beserta fungsi yang terdapat dalam aplikasi canva. Fitur tersebut meliputi fitur Template yang menyediakan ratusan template siap pakai yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, Library elemen desain yang menyediakan koleksi elemen desain seperti gambar, ikon, bentuk sampai garis dengan konsep desain yang diinginkan, dan kustomisasi warna dan font yang dapat mengubah warna dan font sesuai desain dengan mencocokkan merek bisnis yang dijalankan. Dalam melakukan sebuah desain kemasan dapat juga memanipulasi desain dengan melihat template lain sebagai bentuk referensi template yang dirancang, dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Referensi Template

Pada saat mendemokan implementasi desain kemasan, para peserta juga melakukan praktik secara langsung melalui aplikasi canva masing-masing. Hal ini bertujuan supaya para peserta dapat memahami kegunaan fitur canva, melatih kreativitas serta ketrampilan dalam membuat sebuah desain kemasan yang menarik, dan dapat melakukan optimasi desain kemasan sebagai bentuk meningkatkan daya saing produk. Dari hasil desain kemasan yang telah dipraktikkan oleh peserta nantinya dapat digunakan sebagai bahan inovasi pengetahuan berkelanjutan dan referensi optimasi strategi marketing dalam bisnis. Beberapa hasil desain kemasan yang telah dirancang oleh peserta dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. Hasil Desain Kemasan Peserta I



Gambar 5. Hasil Desain Kemasan Peserta II



Diproduksi oleh :
UKM Desa Kedunggede

Gambar 6. Hasil Desain Kemasan Peserta II

Tahap akhir dari pelatihan ini yaitu sesi tanya jawab dan diskusi seputar pembuatan desain kemasan, sesi tanya jawab bertujuan sebagai bentuk apabila dalam pelatihan masih terdapat kekurangan dari segi penjelasan materi hingga implementasinya dalam desain. Terdapat indikator yang akan dijadikan sebagai evaluasi kegiatan pengabdian ini seperti penjelasan materi yang telah disampaikan, manfaat yang dapat tersampaikan dari pengabdian ini serta penggunaan desain kemasan yang telah dipraktikkan. Pada pelaksanaan pelatihan sedikit mengalami hambatan disebabkan koneksi jaringan yang kurang stabil namun secara keseluruhan pelatihan ini berjalan dengan lancar.

Dari pelatihan berlangsung evaluasi yang dihasilkan yaitu diperoleh peserta masih kurang begitu paham akan pemilihan font, kombinasi warna dalam merancang desain kemasan walaupun template sudah disediakan. Disisi lain kesulitan tersebut tidak menutupi antusias peserta dalam implementasi desain dan harapannya dari pelatihan ini dapat membuat desain kemasan yang menarik untuk usaha cenil bihun jagung.

KESIMPULAN

Kegiatan ini telah menambah pengetahuan dan wawasan terkait pembuatan design kemasan pelaku usaha UKM Desa Kedunggede yang dapat dijadikan sebagai salah satu referensi media pengetahuan. Kegiatan ini dapat meningkatkan pelaku usaha dalam hal kreativitas serta ketrampilan dalam membuat kemasan yang menarik bagi para konsumen. Dari pelatihan ini diharapkan dapat terus berkelanjutan dalam berinovasi pembuatan desain kemasan dan dapat memaksimalkan ilmu pengetahuan yang telah disampaikan sebelumnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada usaha pengabdian masyarakat yaitu UKM Desa Kedunggede khususnya pelaku usaha beserta seluruh orang yang terlibat dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] T. Kristanto, E. C. Muliawati, R. Arief, and S. Hidayat, "Strategi Peningkatan Omset UKM Percetakan dengan Pendekatan Analisis SWOT," *Semin. Nas. Sist. Inf. Indones.*, no. November, pp. 258–262, 2017, [Online].
- [2] N. Handayani, Y. Nadya, and S. F. Zuhra, "Redesign Kemasan Produk



- Terasi Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD),” *J. Tek. Ind.*, vol. 24, no. 2, pp. 1–16, 2021.
- [3] W. Haholongan and I. Jayadi, “Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Bir Pletok (Setu Babakan),” *J. Sist. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 27–44, 2019, [Online].
- [4] D. A. Fitri and M. Mansur, “Pelatihan Desain Dan Promosi Online Produk Kerupuk Ikan Dan Kerupuk Sagu Di Kuala Alam Kecamatan Bengkalis,” *Batoboh*, vol. 3, no. 1, p. 48, 2018, doi: 10.26887/bt.v3i1.378.
- [5] K. N. Isnaini, D. F. Sulistiyani, and Z. R. K. Putri, “Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva,” *SELAPARANG J. Pengabd. Masy. Berkemajuan*, vol. 5, no. 1, p. 291, 2021, doi: 10.31764/jpmb.v5i1.6434.
- [6] I. D. Ayu, A. Tantri, K. Martina, D. Putri, and I. P. Arya, “Implementasi Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Klungkung Dalam Meningkatkan Komoditas Profit,” *J. Pendidik. ...*, vol. 12, no. 2, pp. 263–275, 2020, [Online].
- [7] E. I. Lamalouk, R. A. Simanjuntak, F. T. Industri, and J. T. Industri, “Re-Design Kemasan Produk Keripik Tempe Dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering,” vol. 5, no. 1, pp. 35–42, 2023.
- [8] E. Utami, “Perancangan Desain Kemasan Produk Olahan Coklat ‘Cokadol’ Dengan Metode Quality Function Deployment,” *JISI Integr. Sist. Ind.*, vol. 5, no. 2, pp. 91–100, 2018.
- [9] M. Ziveria, R. Sefina Samosir, and M. Rusli, “Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Perangkat Adobe Photoshop Untuk Manipulasi Foto Bagi Tim Teknologi Informasi YPU,” *ABDIMAS J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–11, 2020, doi: 10.53008/abdimas.v1i1.21.
- [10] A. O. Siagian and Y. Cahyono, “Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif,” *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 206–217, 2021, doi: 10.47233/jitekssis.v3i1.212.

