

EDUKASI PENGGUNAAN CANVA DALAM DESAIN KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK DAN NILAI JUAL UMKM

Nur Aziza Fitriani^{1*}, Iqwa Guntur Afdal², Armasito³

^{1,2}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah,
Palembang, Indonesia

³Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

nurazizafitriani576@gmail.com^{1*}, iqwagunturafdal22@gmail.com², armasito_uin@radenfatah.ac.id³

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM di Desa Melilian dalam merancang kemasan produk dengan mengikuti pelatihan penggunaan aplikasi Canva. Program ini berangkat dari kurangnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya kemasan sebagai elemen visual yang bisa meningkatkan daya tarik serta nilai jual suatu produk. Metode yang diterapkan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang meliputi langkah-langkah observasi kebutuhan, penyampaian materi tentang konsep desain kemasan, pelatihan praktik penggunaan Canva, dan evaluasi hasil desain. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menciptakan desain kemasan yang lebih menarik, informatif, dan profesional. Salah satu produk lokal, yaitu bolu nanas, yang dulunya dikemas dengan sederhana tanpa adanya identitas visual, kini setelah pelatihan memiliki desain label lengkap dengan informasi produk, komposisi, dan tampilan warna yang lebih menarik sehingga meningkatkan persepsi kualitas produk tersebut. Dengan demikian, pelatihan desain kemasan yang berbasis aplikasi digital telah terbukti mampu mendorong kreativitas, memperkuat identitas produk, serta meningkatkan potensi daya saing UMKM di desa. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendukung kemandirian ekonomi masyarakat melalui inovasi dalam kemasan produk yang memanfaatkan teknologi.

Kata Kunci: Desain kemasan, UMKM, Canva, Pelatihan digital, bolu nanas

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang signifikan dalam mendukung perekonomian suatu negara. Sektor ini berfungsi sebagai pendorong ekonomi daerah karena mampu menciptakan lapangan kerja, mendorong kreativitas dan inovasi, serta berkontribusi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Namun, pelaku UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan ketika berusaha bersaing dengan perusahaan besar yang memiliki sumber daya dan posisi pasar yang lebih mapan di tengah persaingan yang semakin intens. Oleh karena itu, UMKM perlu lebih fokus pada aspek kemasan produk, mengingat kemasan merupakan salah satu elemen strategis yang dapat membantu meningkatkan daya tarik, nilai jual, serta kesuksesan usaha. (Najib et al., 2022). Kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga jadi bagian penting dalam menampilkan identitas atau pengenalan serta memberi daya tarik produk itu sendiri. Tampilan kemasan dapat memberi kesan pertama kepada konsumen. Saat produk UMKM dijual di toko atau

dipasarkan biasanya kemasan yang pertama di lihat oleh calon pembeli. Karena itu, kemasan yang menarik, rapi dan informatif bisa membantu produk lebih terlihat.

Seiring perkembangan teknologi digital, pelaku UMKM dapat memiliki peluang besar untuk meningkatkan kualitas kemasan produk melalui pemanfaatan aplikasi desain. Beragam aplikasi desain grafis yang bisa digunakan oleh pelaku UMKM untuk memperbaiki kualitas presentasi produk mereka. Salah satu platform yang mudah digunakan dan memiliki berbagai fitur adalah Canva. Aplikasi ini menawarkan banyak pilihan template yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pengusaha, sehingga memperlancar proses dalam merancang desain kemasan produk agar terlihat lebih profesional. Dengan demikian, pelatihan ini dirancang untuk memberikan wawasan serta keterampilan kepada peserta dalam menggunakan Canva untuk menciptakan desain kemasan yang menarik dan memiliki daya jual lebih tinggi (Hasan et al., 2022).

Berdasarkan kebutuhan tersebut dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menciptakan desain kemasan produk dengan memanfaatkan aplikasi Canva. Proses kegiatan dilakukan dalam beberapa langkah. Langkah pertama adalah mengidentifikasi kebutuhan melalui observasi dan diskusi dengan pelaku UMKM. Hasil dari identifikasi menunjukkan bahwa produk olahan nanas yang menjadi potensi lokal desa masih belum memiliki desain kemasan yang menarik dan informatif. Langkah kedua mencakup pemberian pendidikan mengenai prinsip dasar desain kemasan. Langkah ketiga adalah pelatihan teknis dalam penggunaan aplikasi Canva, yang meliputi pendampingan untuk membuat akun, memilih template desain label produk, serta proses penyuntingan desain. Langkah terakhir adalah evaluasi terhadap hasil desain berdasarkan faktor keterbacaan teks, kesesuaian warna, keseimbangan tata letak, dan kelengkapan informasi. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan peserta dapat secara mandiri menciptakan desain kemasan yang lebih menarik, sehingga bisa meningkatkan nilai estetika dan daya tarik produk di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Pelatihan ini dirancang dengan pendekatan edukatif dan praktis melalui pemanfaatan aplikasi Canva. Canva dipilih karena mudah digunakan, berbasis digital, serta dapat diakses melalui telepon pintar. (Arifin et al., 2024) menyatakan bahwa pendampingan desain kemasan berbasis aplikasi digital efektif meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam menciptakan desain yang lebih profesional dan dapat membantu para pengusaha dalam memperkuat daya saing bisnis mereka serta memperbaiki kualitas pemasaran produk.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan memiliki peranan penting dalam meningkatkan daya saing produk dari UMKM karena tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang dapat menarik perhatian konsumen sekaligus membangun identitas merek (Rahayu & Martini, 2023). Program pelatihan dan bimbingan dalam pembuatan kemasan pun telah terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas para pelaku usaha untuk menghadirkan tampilan produk yang lebih menarik dan memiliki nilai jual (Chyntia et al., 2025). Berdasarkan hasil temuan tersebut. Oleh karena itu, kegiatan ini ditujukan untuk menganalisis dampak pelatihan desain kemasan dalam memperkuat

branding produk UMKM di Desa Melilian sebagai salah satu strategi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berbasis potensi lokal.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini memanfaatkan pendekatan deskriptif-kualitatif yang fokus pada pemahaman kebutuhan peserta serta penyampaian informasi secara edukatif. Proses kegiatan dimulai dengan identifikasi kebutuhan melalui pengamatan dan komunikasi langsung dengan pelaku UMKM untuk memahami masalah yang di alami terkait desain kemasan produk. Selanjutnya, dilakukan penyampaian materi tentang konsep dasar desain kemasan serta pentingnya aspek visual produk sebagai daya tarik bagi konsumen. Tahap berikutnya adalah demonstrasi penggunaan aplikasi desain untuk menunjukkan langkah-langkah pembuatan desain kemasan dengan cara yang terencana (Chasanah et al., 2023). Kegiatan ditutup dengan evaluasi yang dilakukan melalui pengamatan terhadap pemahaman peserta serta reaksi mereka terhadap materi yang telah disampaikan.

1. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan
Kegiatan yang ditujukan untuk pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Melilian, Kecamatan Gelumbang, selama sekitar satu bulan. Pemilihan lokasi untuk kegiatan ini ditentukan oleh area penempatan program Kuliah Kerja Nyata (KKN), sehingga pelaksanaan program dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan potensi yang ada di masyarakat setempat.
2. Subjek dan Sasaran Kegiatan
Subjek utama dalam kegiatan ini adalah para pelaku UMKM di Desa Melilian dengan jumlah peserta sebanyak 25 orang. Selain itu, kegiatan ini didukung oleh aparat desa sebagai mitra yang berperan dalam menunjang kelancaran pelaksanaan program serta mendukung upaya pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.
3. Teknik Pengumpulan Data
Pengumpulan informasi dilakukan dengan cara observasi yang melibatkan partisipasi, wawancara yang bersifat semi-terstruktur, dan pencatatan kegiatan. Observasi berfungsi untuk melihat keterlibatan peserta saat mengikuti pelatihan, wawancara untuk memahami pandangan peserta mengenai materi, dan pencatatan untuk mendokumentasikan hasil dari desain serta proses kegiatan. Keabsahan data diperkuat dengan menggunakan triangulasi metode yang membandingkan temuan dari berbagai cara pengumpulan informasi.
4. Analisis Data
Data kualitatif yang diperoleh dianalisis dengan metode deskriptif melalui beberapa langkah, seperti pemberian kode pada data, pengelompokan berdasarkan tema, dan penafsiran makna dari temuan. Langkah-langkah analisis tersebut bertujuan untuk menunjukkan perubahan dalam pemahaman pelaku UMKM tentang desain kemasan dan strategi branding produk setelah mengikuti program pelatihan. Di samping itu, analisis juga difokuskan pada evaluasi dampak pelatihan terhadap peningkatan kualitas tampilan kemasan dan daya saing produk di pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan mutu desain kemasan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap daya tarik produk dan pilihan beli dari konsumen. Program pendamping desain

kemasan menunjukkan bahwa kemasan yang sebelumnya sederhana dapat dikembangkan lewat rancangan baru yang lebih informatif dan menarik, sehingga bisa meningkatkan nilai jual produk dan memperluas area pemasaran. Di sisi lain, penelitian lain mengindikasikan bahwa elemen kemasan seperti warna, bentuk, ukuran, bahan, serta desain visual mempunyai dampak yang besar terhadap minat beli konsumen, karena kemasan adalah salah satu faktor krusial dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli (Sukri et al., 2024). Oleh karena itu, pelaksanaan pelatihan desain kemasan yang berlandaskan aplikasi digital dapat dipandang sebagai strategi yang efektif untuk memberdayakan dengan tujuan meningkatkan daya saing produk UMKM melalui penguatan identitas visual dan peningkatan persepsi kualitas di mata konsumen.

Hasil pelaksanaan program menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mendesain kemasan produk. Peserta mampu memanfaatkan aplikasi Canva untuk membuat desain label produk yang lebih menarik dan informatif dibandingkan sebelumnya. Produk bolu nanas yang sebelumnya tidak memiliki identitas visual kini telah memiliki label dengan nama produk, komposisi, serta tampilan warna yang lebih menarik. Hal ini memberikan kesan profesional dan meningkatkan persepsi kualitas produk di mata konsumen.



Gambar 1. Hasil Desain Kemasan Produk

Di mata konsumen (Vellina, 2025) menyatakan bahwa peningkatan kualitas desain kemasan berkontribusi terhadap peningkatan daya saing UMKM karena menciptakan citra produk yang lebih terpercaya. Selain itu, penelitian (Irawan et al., 2024) juga menegaskan bahwa kemasan yang baik dapat meningkatkan minat pembelian konsumen. Dengan demikian, edukasi pemanfaatan aplikasi Canva dalam pelatihan desain kemasan memberikan dampak positif terhadap peningkatan daya tarik dan potensi nilai jual produk UMKM Desa Melilian, yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis digital dapat menjadi strategi penguatan kapasitas pemilik usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan program KKN yang berjudul "Edukasi Pemanfaatan Aplikasi Canva dalam Pelatihan Desain Kemasan Produk sebagai Upaya Peningkatan Daya Tarik

dan Nilai Jual UMKM”, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Melilian.

Edukasi yang diberikan mampu meningkatkan kesadaran peserta mengenai pentingnya desain kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran produk. Kemasan tidak lagi dipahami hanya sebagai pembungkus, tetapi sebagai media komunikasi visual yang berperan dalam membangun citra, identitas, dan daya tarik produk di mata konsumen.

Melalui pelatihan pemanfaatan aplikasi Canva, peserta mampu membuat desain kemasan produk secara mandiri dengan tampilan yang lebih menarik, informatif, dan profesional. Produk bolu nanas yang sebelumnya dikemas secara sederhana kini memiliki label dengan identitas yang jelas, sehingga berpotensi meningkatkan persepsi kualitas serta nilai jual produk. Secara keseluruhan, program ini berhasil menjadi langkah awal dalam meningkatkan literasi digital pelaku UMKM sekaligus memperkuat daya saing produk lokal melalui inovasi desain kemasan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada Pemerintah Desa Melilian atas semua dukungan, bantuan, dan kerjasama yang telah diberikan selama kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ibu Armasito, S.Ag.M.H selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan semangat sehingga seluruh rangkaian aktivitas dapat terlaksana dengan sukses dan lancar. Bantuan dari berbagai pihak tersebut sangat berperan penting dalam mendukung keberhasilan program ini.

REFERENSI

- Arifin, M., Purwanto, E., & AR, M. M. S. (2024). Pendampingan Pembuatan Desain Kemasan Pada UMKM Di Desa Sumberangka. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 157–164. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v6i2.1172>
- Chasanah, U., Mathori, dan M., Widayani, H., & Nur Hawa, A. (2023). *Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM Becik Keramik*. 2(1), 3026–6297.
- Chyntia, E., Wardana, D. P., Rahmalia, L., Ulfira, U., Aisy, N. R., Harif, M., Pratama, A. A., & Hutasoit, M. R. (2025). Kemasan Menarik, Produk Meningkatkan: Edukasi Desain Kemasan untuk Penguatan Branding UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 698–704. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.207>
- Hasan, M. S., Bismar, A. R., Mahyuddin, R., & Ikadarny, J. (2022). Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat JURNAL DAMARWULAN Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 45–49. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/JPMD/article/view/485>
- Irawan, D., Anindia, Z. N., Zailani, A. D., Prameswari, L. D., & Putri, E. (2024). Pengaruh Branding dan Packaging Terhadap Minat Pembelian Produk UMKM Keripik Tempe Desa Tanjung Rejo Provinsi Lampung. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(4), 414–422.
- Najib, M. F., Agustunus Februdi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, & Neneng Nuryati. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging)

- Sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64.
- Rahayu, M., & Martini, S. (2023). *Pelatihan & Pendampingan Perancangan Design Kemasan Produk Umkm Di Daerah Rancabolang*. 43–46.
- Sukri, S., Wong Yong Hong, Abd. Malek, F., Tengku Mohd. Khairal Abdullah, & Syahputra Syahputra. (2024). The Influence of Product Packaging on Students' Purchasing Intention. *International Journal of Business and Technopreneurship (IJBT)*, 12(3), 33–46. <https://doi.org/10.58915/ijbt.v12i3.967>
- Vellina, V. (2025). Daya Saing UMKM Melalui Desain Kemasan Produk Madu Lokal Berbasis Estetika Modern. *Journal of Community Development*, 6(1), 513–522.