



Optimalisasi Pemasaran Produk Home Industry di Kabupaten Musi Banyuasin Melalui Pelatihan Desain Kemasan

Heri Iswandi^{1,a*}, Husni Mubarat^{2,a}

^aProgram Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Indo Global Mandiri Jl. Jend. Sudirman No. 629
KM.4 Palembang Indonesia. Postal code: 30128

*Corresponding Author e-mail: wandy_dkv@uigm.ac.id

Received: November 2025; Revised: November 2025; Published: December 2025

Abstrak: Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk home industry di Kabupaten Musi Banyuasin melalui optimalisasi desain kemasan yang menarik dan informatif, sehingga dapat meningkatkan nilai jual dan jangkauan pemasaran produk. Kegiatan ini dilaksanakan melalui metode pelatihan partisipatif yang meliputi: (1) sosialisasi pentingnya desain kemasan dalam pemasaran produk; (2) pelatihan pembuatan desain kemasan menggunakan aplikasi desain grafis sederhana; (3) pendampingan dalam menerapkan desain kemasan pada produk home industry; dan (4) evaluasi hasil pelatihan. Peserta kegiatan adalah pelaku usaha home industry di Kabupaten Musi Banyuasin yang berjumlah 50 orang. Hasil kegiatan menunjukkan terjadinya perubahan signifikan pada aspek visual dan fungsional kemasan produk, terutama pada penggunaan identitas merek, informasi produk, tipografi, dan tata letak kemasan yang lebih terstruktur. Perubahan desain kemasan tersebut berdampak pada peningkatan persepsi kualitas produk di mata konsumen, menjadikan produk terlihat lebih profesional, higienis, dan memiliki nilai tambah dibandingkan sebelum pelatihan. Selain itu, pelaku usaha mulai memahami kemasan tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi dan strategi branding. Dampak lanjutan dari perubahan kemasan terlihat pada meningkatnya kepercayaan diri pelaku usaha dalam memasarkan produk, baik secara langsung maupun melalui media digital. Beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan minat beli konsumen serta peluang untuk memasuki pasar yang lebih luas, seperti toko ritel dan platform pemasaran daring. Dengan demikian, pelatihan desain kemasan terbukti tidak hanya meningkatkan kualitas visual produk home industry, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap nilai ekonomi, citra merek, dan keberlanjutan usaha. Kegiatan pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan konsistensi penerapan desain kemasan dan pengembangan produk home industry di Kabupaten Musi Banyuasin.

Kata Kunci: Desain kemasan, *home industry*, pemasaran produk, Musi Banyuasin, pemberdayaan UMKM

Optimizing Home Industry Product Marketing in Musi Banyuasin Regency Through Packaging Design Training

Abstract: Abstract: This Community Service Activity aims to increase the competitiveness of home industry products in Musi Banyuasin Regency through optimizing attractive and informative packaging designs, thereby increasing the selling value and marketing reach of the product. This activity was carried out through a participatory training method which includes: (1) socialization of the importance of packaging design in product marketing; (2) training in making packaging designs using simple graphic design applications; (3) assistance in applying packaging designs to home industry products; and (4) evaluation of training results. The participants were 50 home industry business actors in Musi Banyuasin Regency. The results of the activity showed significant changes in the visual and functional aspects of product packaging, especially in the use of brand identity, product information, typography, and a more structured packaging layout. These changes in packaging design have an impact on increasing the perception of product quality in the eyes of consumers, making the product look more professional, hygienic, and have added value compared to before the training. In addition, business actors began to understand packaging not only as a product protector, but also as a communication medium and branding strategy. The continued impact of packaging changes is seen in the increased confidence of business actors in marketing products, both directly and through digital media. Several participants reported increased consumer purchasing interest and opportunities to access broader markets, such as retail stores and bold marketing platforms. Thus, packaging design training has been shown to not only improve the visual quality of home industry products but also positively impact economic value, brand image, and business sustainability. Ongoing mentoring is needed to ensure consistent packaging design standards and product development for home industries in Musi Banyuasin Regency.

Keywords: Packaging design, home industry, product marketing, Musi Banyuasin, empowering MSMEs

How to Cite: Iswandi, H., & Mubarat, H. (2025). Optimalisasi Pemasaran Produk Home Industry di Kabupaten Musi Banyuasin Melalui Pelatihan Desain Kemasan. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(4), 1687-1701. <https://doi.org/10.36312/nv4kw978>



<https://doi.org/10.36312/nv4kw978>

Copyright© 2025, Iswandi dan Mubarat

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) License.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penyedia lapangan kerja maupun penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) (Roudhotun et al., 2024). Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM, UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Industri rumahan merupakan salah satu bentuk UMKM yang dicirikan oleh produksi skala kecil dengan manajemen tradisional berbasis keluarga (Aprieni et al., 2024). Adapun desain kemasan merupakan hal yang sangat penting dalam penjualan sebuah produk. Dengan demikian, industri rumahan berperan penting dalam membangun perekonomian masyarakat kelas menengah ke bawah, untuk bisa terus mendapatkan penghasilan, guna memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Di dunia saat ini, di mana ekonomi semakin terhubung dan teknologi ada di mana-mana, industri rumahan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Mereka harus bersaing tidak hanya dengan produk serupa buatan lokal, tetapi juga dengan produk yang didatangkan dari negara lain (Andi Risfan Rizaldi, Asriani Hasan, 2020). Keberhasilan produk-produk ini sangat bergantung pada pemasarannya, terutama seberapa baik merek dan kemasannya. Kemasan bukan lagi sekadar menjaga keamanan produk; kini kemasan menjadi cara ampuh untuk memamerkan produk dan meninggalkan kesan abadi pada pelanggan, yang membantu membangun citra merek yang kuat.

Kabupaten Musi Banyuasin adalah sebuah kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan, dengan potensi sumber daya alam dan manusia yang signifikan untuk memajukan sektor UMKM (Roudhotun et al., 2024). Beragam industri rumahan berkembang pesat di wilayah ini, mulai dari pengolahan hasil pertanian dan perikanan hingga kerajinan tangan. Produk-produk seperti keripik ikan, dodol, kemplang, krupuk, dan berbagai makanan olahan lainnya merupakan komoditas unggulan yang dihasilkan oleh industri rumahan di Kabupaten Musi Banyuasin.

Meskipun produk pangan lokal cukup melimpah di Kabupaten Musi Banyuasin, namun, sebagian besar industri rumah tangga di daerah ini masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya (Ruslan & Prasetyo, 2023). Salah satu masalah utama adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran modern, terutama terkait desain produk dan inovasi kemasan (Salsabila, 2024). Hal ini membuat produk-produk industri rumah tangga lokal kurang mampu bersaing dengan produk sejenis yang sudah memiliki kemasan menarik dan profesional. Kemasan yang sederhana, kurang informatif, dan kurang menarik secara visual menghambat ekspansi pasar dan meningkatkan nilai produk.

Kemasan merupakan bagian penting dari pemasaran produk (Agustina et al., 2021). Menurut Kotler dan Keller, kemasan melibatkan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk, dan memiliki tiga bagian utama: pencitraan merek,

bagaimana kemasan dibuat, dan desain yang dilihat orang. Fungsinya bukan hanya untuk melindungi produk dan menjaganya dalam kondisi baik, tetapi juga bertindak seperti tenaga penjual (Teofilus et al., 2019). Kemasan memberi tahu pelanggan tentang nilai produk tanpa perlu berbicara langsung dengan penjual.

Dalam pemasaran, desain kemasan yang baik dapat membantu sebuah merek menjadi lebih dikenal, menciptakan kesan positif, membedakan produk dari yang lain, dan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan (Budiardjo, 2016). Elemen-elemen seperti warna, jenis huruf, gambar, penataan barang, dan informasi tentang produk, semuanya berperan besar dalam menarik perhatian pelanggan saat mereka melihat-lihat berbagai pilihan di toko atau daring (Liu et al., 2025). Bagi usaha kecil, mengeluarkan biaya untuk desain kemasan profesional bisa jadi sulit karena mereka seringkali tidak memiliki banyak dana atau pengetahuan. Namun, dengan teknologi baru dan alat desain yang mudah digunakan, kini kemasan yang menarik perhatian dapat dibuat dengan biaya lebih rendah. Yang benar-benar dibutuhkan adalah mengajari usaha kecil ini cara membuat kemasan mereka sendiri yang sesuai dengan produk dan target pasar mereka.

Berdasarkan observasi awal dan diskusi dengan pelaku industri lokal di Kabupaten Musi Banyuasin, ditemukan beberapa permasalahan utama. Pertama, pengetahuan dasar tentang desain grafis dan cara membuat kemasan yang baik masih sangat minim. Kedua, keterampilan dalam menggunakan perangkat lunak atau alat yang dibutuhkan untuk membuat desain kemasan masih sangat minim. Ketiga, pemahaman yang kurang terhadap aturan dan informasi yang wajib ada pada kemasan pangan, sebagaimana diwajibkan oleh BPOM dan peraturan SNI (Eka, wawancara, 2025). Kurangnya pengetahuan dan keterampilan ini berdampak pada nilai jual produk yang dihasilkan industri lokal, membatasi jangkauan pasar yang lebih luas, dan menyulitkan mereka untuk memasuki pasar modern seperti supermarket, minimarket, atau toko daring yang memiliki persyaratan kemasan khusus.

Karena kemasan memainkan peran yang sangat penting dalam pemasaran produk, dan karena pekerja industri rumah tangga di Kabupaten Musi Banyuasin menghadapi tantangan nyata dalam kehidupan sehari-hari, penting untuk memberikan dukungan melalui bimbingan dan pelatihan terstruktur. Mengajarkan desain kemasan akan membantu para pekerja ini memperoleh keterampilan teknis yang bermanfaat dan juga memberi mereka pemahaman yang lebih baik tentang metode pemasaran terkini yang menghubungkan citra merek dengan proses pembuatan produk.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu mengembangkan industri rumah tangga di Kabupaten Musi Banyuasin menjadi usaha yang lebih profesional dan berdaya saing. Dengan desain kemasan yang lebih baik, produk lokal akan lebih menonjol di pasaran, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan membantu para pemilik usaha mendapatkan lebih banyak keuntungan serta menikmati kualitas hidup yang lebih baik.

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk industri rumah tangga, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan, mengembangkan pasar, dan membuat produk lokal lebih kompetitif di pasar yang terus berubah. Program ini juga membantu mendorong perekonomian

lokal dan mendukung industri kreatif, serta mendukung upaya pemerintah untuk mengembangkan usaha kecil, yang penting bagi perekonomian negara.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertajuk "Optimalisasi Pemasaran Produk Industri Rumah Tangga di Kabupaten Musi Banyuasin Melalui Pelatihan Desain Kemasan" ini ditujukan kepada para pelaku usaha industri rumah tangga di Kabupaten Musi Banyuasin dengan total peserta sekitar 40-50 orang. Peserta dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pelaku usaha yang sudah memiliki produk dengan potensi pasar, namun masih menghadapi tantangan dalam hal pengemasan dan branding. Produk yang difokuskan adalah pangan olahan daerah, kerajinan tangan, dan produk pertanian lokal yang memiliki keunggulan, namun belum dikemas secara menarik untuk bersaing di pasar. Adapun untuk melakukan pelatihan, pelaksana pelatihan terlebih dahulu melakukan wawancara terkait dengan kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat atau pelaku UMKM.

Melaksanakan pelatihan tentunya akan lebih baik menerapkan metode. Ini bertujuan agar pelatihan yang diselenggarakan tepat pada sasarannya. Metode suatu tahapan tersusun yang diterapkan untuk mengimplementasikan suatu rencana yang sudah dirancang dalam suatu aktivitas nyata di lingkungan sosial, sehingga tujuan awal yang sudah dibuat dan disusun tadi, hendaknya tercapai secara maksimal (Praswoto, 2017:272). Sedangkan menurut (Nur et al., 2024) "metode adalah cara atau jalan yang ditempuh secara sistematis dan teratur untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Secara etimologis, kata "metode" berasal dari bahasa Yunani "methodos" yang terdiri dari dua kata: "meta" (menuju/melalui) dan "hodos" (jalan/cara), sehingga dapat diartikan sebagai jalan atau cara yang harus dilalui untuk mencapai tujuan."

Dalam pengertian yang lebih luas, metode merupakan suatu prosedur atau teknik yang digunakan untuk melakukan sesuatu dengan langkah-langkah yang tersusun secara logis dan sistematis. Metode berfungsi sebagai pedoman atau panduan dalam melaksanakan kegiatan agar lebih efektif dan efisien. Karakteristik utama dari metode mencakup beberapa hal: pertama, bersifat sistematis karena mengikuti urutan langkah yang teratur; kedua, bersifat logis karena menggunakan pola pikir yang masuk akal; ketiga, memiliki tujuan yang jelas yang ingin dicapai; dan keempat, dapat dipertanggungjawabkan hasilnya (Rohidi, 2011).

Penjelasan di atas menyatakan bahwa dalam suatu kegiatan workshop atau pelatihan yang akan dilaksanakan, penting untuk menyusun langkah-langkah dan metode secara efektif, agar kegiatan pelatihan yang dilaksanakan dalam waktu yang relatif singkat dapat memenuhi tujuan atau capaian yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) pelatihan membuat desain kemasan, diperlukan langkah-langkah dan metode kerja yang tepat. Agar peserta pelatihan atau siswa dapat menerima materi dengan baik dan jelas. Dari berbagai survei dan pertimbangan penulis dengan memperhatikan respon, kesiapan, dan kebutuhan siswa SD di Palembang, maka metode pelatihan yang diterapkan penulis adalah sebagai berikut:

Persiapan untuk Pelaksanaan Pelatihan

Adapun persiapan yang dilakukan adalah:

- a. Pemateri mempersiapkan materi pelatihan desain kemasan produk serta memberikan contoh-contoh desain kemasan kepada peserta pelatihan. Adapun materi yang disampaikan penulis bersama tim PkM berisi pengetahuan tentang desain grafis dan kemasan, serta pengenalan alat-alat dan bahan yang digunakan dalam pembuatan desain kemasan yang nantinya akan dipraktikkan
- b. Tim panitia menentukan lokasi atau tempat pelatihan, adapun tempat pelatihan harus kondusif untuk menyampaikan materi dan melakukan praktek, serta yang paling terpenting adalah ukuran ruangan sesuai dengan kapasitas atau jumlah untuk peserta pelatihan.
- c. Panitia Mempersiapkan bahan dan alat untuk pelatihan membuat desain kemasan dengan menggunakan laptop atau handpone.
- d. Menetapkan jadwal pelaksanaan pelatihan. Adapun pelaksanaan kegiatan pelatihan menggambar diadakan selama 1 hari.

Metode sosialisasi

Metode sosialisasi merupakan kegiatan yang sangat penting dilakukan karena sebelum peserta pelatihan memulai praktik, mereka perlu memahami terlebih dahulu bahan dan alat yang digunakan untuk menggambar serta prosedur kerja yang harus dilakukan.

Metode Prkatikum

Yaitu peserta pelatihan langsung mempraktikkan dengan membuat desain menggunakan aplikasi kanva. Dengan mengikuti prosesnya dari awal, yaitu membuat sketsa layout terlebih dahulu, kemudian menyusun objek pada bagian layout yang dibuat tadi menjadi lebih detail. Langkah selanjutnya yaitu tahap pewarnaan, dan yang terakhir yaitu tahap penyelesaian akhir atau finishing.

Metode bimbingan

Yaitu memberikan arahan, masukan dan membimbing seluruh peserta atau murid pada saat melakukan praktikum yaitu membuat karya gambar.5.Evaluasi kegiatan, Adapun evaluasi kegiatan bertujuan untuk sejauh mana penulis atau tim PkM dapat mengetahui apakah peserta pelatihan dapat memahami dan mengikuti pelatihan tersebut dengan baik dan maksimal. Sehingga ilmu yang mereka dapatkan pada pelatihan ini benar-benar bisa bermanfaat buat mereka kedepannya.

HASIL DAN DISKUSI

Desain kemasan adalah bidang multidisiplin yang menggabungkan prinsip-prinsip sains, teknologi, psikologi, dan estetika untuk menciptakan wadah produk yang fungsional dan komunikatif. Secara ilmiah, kemasan dirancang untuk melindungi produk dari kerusakan fisik, kimia, dan biologis. Pemilihan material didasarkan pada karakteristik kemampuan penghalangnya terhadap oksigen, uap air, sinar UV, dan mikroorganisme. Material seperti polimer, kertas, kaca, dan logam dipilih berdasarkan tingkat permeabilitas, kekuatan mekanis, dan kesesuaiannya dengan produk yang dikemas. Desain kemasan memanfaatkan prinsip-prinsip psikologi kognitif dan persepsi visual (Sandi, 2022).


Berdasarkan beberapa penelitian, menunjukkan bahwa otak manusia memproses informasi visual dalam 13 milidetik pertama. Oleh karena itu, elemen

visual pada kemasan, seperti warna, bentuk, dan tipografi, secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian melalui mekanisme pemrosesan *bottom-up* dan *top-down* (Fachriza et al., n.d.). Warna pada kemasan memicu respons neurologis tertentu. Misalnya, merah meningkatkan detak jantung dan menciptakan rasa urgensi, sementara biru menurunkan tekanan darah dan membangkitkan perasaan tenang. Fenomena ini dijelaskan melalui teori proses oposisional dan hubungan antara rangsangan visual dan sistem limbik otak (Rani et al., 2021). Desain kemasan menerapkan prinsip-prinsip antropometri dan biomekanik untuk memastikan kemudahan penanganan, pembukaan, dan pembuangan. Studi ergonomis mengukur kekuatan cengkeraman, kebutuhan torsi untuk membuka dan menutup, dan aksesibilitas visual untuk berbagai kelompok demografis, termasuk lansia dan penyandang disabilitas. Kemasan berfungsi sebagai sistem tanda yang menyampaikan identitas merek, kualitas produk, dan nilai-nilai melalui hierarki visual.

Teori Gestalt menjelaskan bagaimana konsumen menyusun elemen-elemen visual menjadi pola-pola yang bermakna menggunakan prinsip-prinsip kedekatan, kesamaan, kontinuitas, dan penutupan (Jannah et al., 2024). Desain kemasan kontemporer menerapkan prinsip-prinsip penilaian siklus hidup (LCA) untuk menilai dampak lingkungan dari ekstraksi bahan baku hingga pembuangan akhir masa pakainya (Akhmad, n.d.). Konsep ekonomi sirkular mendorong penggunaan material yang dapat terurai secara hayati dan dapat didaur ulang, serta desain yang meminimalkan limbah melalui pendekatan *cradle-to-cradle*. Penelitian pelacakan mata mengungkap pola pemindaian konsumen di lingkungan ritel. Kemasan dirancang dengan prinsip-prinsip kontras, skala, dan penempatan titik fokus yang strategis untuk meningkatkan visibilitas rak selama rentang perhatian konsumen rata-rata 3-7 detik di rak toko. Pengembangan kemasan pintar mengintegrasikan sensor, tag RFID, dan kode QR untuk memantau kondisi produk, mengautentikasi, dan meningkatkan keterlibatan konsumen. Nanoteknologi memungkinkan terciptanya material dengan sifat antimikroba, kemampuan memperbaiki diri sendiri, dan sifat penghalang yang ditingkatkan. Desain kemasan yang efektif merupakan hasil sintesis berbagai disiplin ilmu yang bekerja secara sinergis untuk memenuhi kebutuhan keberlanjutan fungsional, estetika, komunikatif, dan lingkungan melalui hierarki visual.

Pengenalan Perangkat dan Aplikasi

Tabel 1. Jenis Perangkat dan Aplikasi

No	Jenis perangkat/aplikasi	Fungsinya
1	Perangkat Handphone/HP	
		HP dapat digunakan untuk mendesain di Canva karena berfungsi sebagai perangkat digital yang mendukung aplikasi desain grafis. Melalui layar sentuh dan koneksi internet, pengguna dapat memilih template, menambahkan teks, gambar, serta mengatur elemen visual secara mudah. Dengan demikian, HP tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga media kreatif yang memungkinkan pembuatan desain secara praktis dan fleksibel kapan pun dan di mana pun, secara sederhana

2 Aplikasi Canva



Canva merupakan aplikasi desain grafis berbasis digital yang memungkinkan pengguna membuat desain kemasan secara mudah tanpa memerlukan keahlian desain profesional. Canva menyediakan berbagai template, elemen grafis, font, ikon, dan warna yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan branding produk. Melalui fitur drag-and-drop, pengguna dapat mengatur komposisi teks, gambar produk, logo, serta informasi penting seperti komposisi, ukuran, dan tanggal kedaluwarsa. Canva juga menyediakan opsi ekspor desain ke berbagai format cetak sehingga desain dapat diimplementasikan pada kemasan fisik. Dengan demikian, Canva membantu proses pembuatan desain kemasan secara cepat, praktis, dan kreatif, baik bagi pemula maupun pelaku usaha UMKM.

Penyampaian Materi dan Langkah Kerja Membuat Desain Kemasan.

Banyak pelaku usaha rumahan di daerah ini memiliki produk yang potensial, namun belum didukung oleh pengetahuan yang memadai mengenai cara membuat kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai standar pasar modern. Melalui pemberian materi, peserta tidak hanya mendapatkan penjelasan teoritis mengenai fungsi dan peran kemasan dalam pemasaran, tetapi juga pemahaman tentang elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, ilustrasi, branding, dan informasi produk yang wajib dicantumkan pada kemasan.



Gambar 3. Pemberian Materi Kepada Peserta Pelatihan

Berdasarkan dari gambar di atas, menunjukkan pemberian materi dalam kegiatan "*Pelatihan Desain Kemasan kepada Masyarakat Home Industry di*

Kabupaten Musi Banyuasin” sangat penting karena menjadi fondasi utama bagi peserta untuk memahami konsep, teknik, dan praktik desain kemasan yang benar.

Selain itu, pemberian materi penting karena membantu peserta mengetahui perkembangan tren desain kemasan saat ini dan cara memanfaatkannya agar produk lebih kompetitif, baik di pasar lokal maupun digital. Materi yang diberikan juga menjadi acuan dalam praktik atau sesi pelatihan berikutnya, sehingga peserta dapat menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari dalam bentuk desain nyata menggunakan perangkat seperti komputer, ponsel, atau aplikasi digital seperti Canva. Dengan adanya materi yang sistematis, relevan, dan aplikatif, pelaku home industry dapat meningkatkan kualitas kemasan produknya, memperkuat identitas merek, menarik perhatian konsumen, dan pada akhirnya meningkatkan nilai jual serta daya saing produk di pasar. Oleh karena itu, pemberian materi bukan hanya bagian dari proses pelatihan, tetapi merupakan langkah penting untuk memastikan pelatihan berjalan efektif, terarah, dan memberikan dampak nyata bagi perkembangan usaha masyarakat.

Pelaksanaan Praktek Membuat Desain Kemasan

Adapun langkah-langkah membuat desain kemasan menggunakan aplikasi Canva adalah sebagai berikut :

1. Buka Aplikasi atau Situs Canva
Akses melalui website Canva.com atau buka aplikasi Canva di smartphone atau laptop.
2. Masuk ke Akun Canva
Login menggunakan email, Google, atau Facebook. Jika belum punya, buat akun terlebih dahulu karena beberapa fitur hanya dapat digunakan setelah login.
3. Pilih Jenis Desain
Ketikan kata kunci seperti "Packaging", "Label", "Food Packaging", atau jenis kemasan yang diperlukan (misalnya: stiker kemasan, label botol, box packaging). Pilih ukuran desain sesuai kebutuhan (misalnya 10×15 cm untuk stiker kemasan atau ukuran custom).
4. Pilih Template
Canva menyediakan berbagai template desain kemasan siap pakai. Pilih template yang sesuai dengan karakter produk, seperti minimalis, modern, tradisional, atau elegan. Sesuaikan Identitas Brand, lalu tambahkan elemen branding seperti, Nama merek, Logo, Tagline atau slogan, Warna khas brand. Pastikan desain konsisten dengan identitas visual produk.
5. Tambahkan Informasi Produk atau sertakan informasi penting sesuai kebutuhan, seperti, Jenis atau nama produk; Komposisi bahan; Berat bersih (netto); Tanggal produksi dan kedaluwarsa; Cara penyimpanan; dan Sertifikasi (BPOM dan Halal).
6. Atur Elemen Visual
Sesuaikan ilustrasi, foto produk, ikon, serta tata letak (layout). Gunakan jenis huruf (font) yang jelas dan mudah dibaca. Pastikan kontras warna baik agar teks tidak tenggelam oleh background.
7. Periksa Kembali Desain
Setelah desain sudah selesai harap diperiksa Kembali semua elemen seperti, Ejaan, Keselarasan warna, Penempatan elemen desain, dan Proporsi desain sesuai ukuran sebenarnya

8. Simpan dan Unduh

Setelah desain selesai, klik Download, lalu pilih format file sesuai kebutuhan, misalnya: PNG atau JPG untuk cetak sederhana, PDF Print untuk hasil cetak berkualitas tinggi

Hasil Kegiatan Pelatihan Membuat Desain Kemasan.

Bagian hasil pelatihan pada program pengabdian kepada masyarakat sangat penting karena berfungsi sebagai bukti nyata bahwa kegiatan yang telah dilaksanakan memberikan dampak positif serta memenuhi tujuan program. Hasil tersebut menunjukkan efektivitas pelatihan melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan perubahan perilaku peserta yang dapat diukur menggunakan data kuantitatif seperti pre-test dan post-test, serta didukung oleh data kualitatif berupa observasi, dokumentasi, dan testimoni. Suasana pelaksanaan praktek membuat desain kemasan disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Pelaksanaan Praktek Membuat Desain Kemasan

Selain itu, penyajian hasil pelatihan membantu menilai sejauh mana materi yang diberikan dapat diterapkan oleh peserta dalam kehidupan nyata, misalnya peningkatan kemampuan mengelola usaha, menggunakan teknologi, atau menghasilkan produk baru. Bagian ini juga menjadi dasar evaluasi untuk memperbaiki atau mengembangkan kegiatan lanjutan di masa mendatang, sekaligus memberikan nilai ilmiah, validitas, dan akuntabilitas dalam publikasi. Dengan demikian, penyusunan hasil pelatihan secara jelas, terukur, dan sistematis merupakan unsur penting agar jurnal pengabdian tidak hanya menjadi laporan kegiatan, tetapi juga menjadi referensi berharga bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemberdayaan masyarakat. Proses pemberian materi oleh pemateri ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Arahan dari Pemateri saat Praktek Membuat Desain Kemasan

Karya Desain Kemasan 1

Salah satu desain kemasan keripik kentang ini memiliki tampilan visual yang menarik, cerah, serta mudah dibaca (Gambar 6). Warna dominan pada kemasan adalah kuning pastel, yang memberi kesan ceria, gurih, dan segar, sesuai dengan karakter produk makanan ringan. Pada bagian tengah terdapat ilustrasi tumpukan keripik kentang yang didampingi gambar cabai merah, bawang putih, dan tanaman herbal sebagai simbol bahan rasa. Judul produk “Keripik Kentang” ditulis dengan huruf tebal (bold) berwarna coklat gelap sehingga menjadi fokus utama dan mudah terlihat oleh konsumen.



Gambar 6. Karya Desain Kemasan 1

Kemasan ini juga dilengkapi elemen informasi pendukung seperti pilihan rasa yang ditandai dengan ikon kotak centang (checklist), komposisi bahan, informasi kontak, dan tanggal kadaluarsa yang dibuat dalam elemen kotak sehingga mudah dibaca. Terdapat ikon media sosial dan barcode yang memberi kesan produk modern dan siap bersaing di pasaran. Pada sisi kanan terdapat bagian “Diproduksi oleh” yang berisi identitas produsen lengkap dengan alamat. Selain itu, terdapat label tambahan seperti “100% Kriuk”, simbol daur ulang, ikon informasi gizi, dan berat bersih 250 gram yang ditempatkan pada area bawah kemasan. Secara keseluruhan, desain ini terstruktur rapi, informatif, dan menggunakan font playful yang sesuai dengan karakter snack ringan, sehingga menciptakan citra produk yang menarik, higienis, dan profesional. Hal ini perlu dipahami oleh peserta pelatihan untuk bisa memperhatikan semua unsur dan elemen yang terdapat pada desain kemasan. Sehingga sumber informasinya jelas dan informatif.

Karya Desain Kemasan 2

Desain kemasan berikutnya tampil dengan gaya yang ceria dan menarik perhatian, didominasi oleh warna kuning cerah yang identik dengan buah pisang (Gambar 7). Bagian depan kemasan menampilkan ilustrasi karakter kartun berbentuk pisang yang lucu, berwarna kuning dengan ekspresi mata besar dan senyum lebar, menciptakan kesan fun dan ramah bagi konsumen. Karakter tersebut tampak sedang memegang keripik pisang, menunjukkan produk secara visual sekaligus menambah daya tarik emosional. Di bagian atas terdapat nama produk “Keripik Pisang” dengan font dekoratif yang cukup tebal, dipadukan dengan tulisan tambahan “banana chips” menggunakan gaya huruf yang lebih sederhana. Tombol

kecil bertuliskan "Rasa Cinta" dalam bentuk lingkaran memberikan informasi varian rasa dengan gaya yang playful. Di bagian bawah kiri terdapat informasi berat bersih produk (Netto 80 g), disajikan dengan ukuran kecil namun tetap jelas.



Gambar 7. Karya Desain Kemasan 2

Bagian belakang kemasan lebih informatif, tetap menggunakan latar kuning cerah. Terdapat gambar pohon pisang sebagai elemen dekoratif sekaligus memperkuat identitas produk. Bagian teks mencakup nomor izin PIRT, tanggal kedaluwarsa, komposisi bahan, kode produksi, dan informasi produsen, semuanya tersusun rapi menggunakan font sederhana yang mudah dibaca. Selain itu, terdapat elemen visual berupa balon percakapan yang memberikan sentuhan humor singkat, menjaga kesan desain tetap santai dan ramah. Secara keseluruhan, desain kemasan ini memadukan ilustrasi kartun yang menarik, warna cerah, tipografi variatif, serta susunan informasi yang informatif. Hasilnya adalah tampilan yang modern, ceria, dan mudah dikenali sehingga cocok untuk menarik perhatian terutama konsumen anak-anak hingga remaja.

Indikator Capaian Pelatihan

Pelaksanaan kegiatan berjalan sesuai dengan tahapan yang direncanakan, pada tahap akhir dilakukan evaluasi berdasarkan indikator capaian pelatihan yang telah disusun sebelumnya. Adapun indikator capaian pelatihan disajikan pada Table 2.

Tabel 3. Indikator Capaian Kegiatan Pelatihan Membuat Desain Kemasan

Peningkatan Keterampilan	Indikator Peningkatan Keterampilan	Jumlah Peserta	Persentase
1. Pengetahuan software atau aplikasi apa yang digunakan untuk mendesain kemasan	Peserta pelatihan dapat mengetahui dengan jelas software atau aplikasi apa yang digunakan untuk mendesain	50	80 %

2.	Pengetahuan perangkat apa yang bisa digunakan untuk mendesain	Peserta dapat mengetahui perangkat sederhana apa yang bisa digunakan untuk mendesain kemasan	50	88 %
3.	Pengetahuan peserta pelatihan terkait dengan tata cara dan teknik mendesain	Peserta dapat mengetahui cara menerapkan teknik mendesain kemasan dengan memperhatikan unsur desain dan juga nilai estetikanya.	50	92 %
4.	Praktikum/ mendesain sampai tahap penyelesaian	Peserta dapat langsung mencoba dan mempraktekkan dalam membuat desain dengan mengikuti proses dari apa yang disampaikan oleh pemateri.	50	98 %

Berdasarkan dari tabel di atas, dapat dikatakan bahwa kegiatan pelatihan membuat desain kemasan yang diikuti oleh 50 peserta menunjukkan hasil capaian yang sangat menggembirakan dengan tingkat keberhasilan yang bervariasi pada setiap indikator keterampilan. Secara keseluruhan, pelatihan ini dirancang dengan empat tahapan pembelajaran yang tersusun secara sistematis, mulai dari pengenalan dasar hingga praktik langsung pembuatan desain kemasan. Pada indikator pertama yang mengukur pengetahuan peserta tentang software atau aplikasi yang digunakan untuk mendesain kemasan, tercatat sebanyak 40 peserta dari 50 peserta atau sekitar 80% peserta berhasil mengetahui dengan jelas berbagai software dan aplikasi desain yang dapat digunakan. Capaian sebesar 80% ini mengindikasikan bahwa mayoritas peserta telah memahami pilihan-pilihan software desain yang tersedia, meskipun masih terdapat 10 peserta atau 20% yang mungkin memerlukan penjelasan lebih lanjut atau pendampingan tambahan dalam memahami ragam aplikasi desain kemasan.

Indikator kedua menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan, yaitu mencapai 88% atau setara dengan 44 peserta yang berhasil mengetahui perangkat sederhana yang dapat digunakan untuk mendesain kemasan. Peningkatan sebesar 8% dari indikator sebelumnya menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami software yang digunakan, tetapi juga mulai mengerti spesifikasi dan jenis perangkat keras yang diperlukan dalam proses mendesain. Pemahaman tentang perangkat ini sangat penting karena berkaitan dengan kemampuan teknis dan akses peserta terhadap alat-alat desain yang tersedia. Pada indikator ketiga yang mengukur pengetahuan peserta terkait tata cara dan teknik mendesain, capaian meningkat menjadi 92% atau 46 peserta. Pencapaian ini menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta telah mampu memahami dan mengetahui cara menerapkan teknik mendesain kemasan dengan memperhatikan unsur-unsur desain seperti komposisi, warna, tipografi, dan nilai estetika. Peningkatan sebesar 4% dari indikator sebelumnya menandakan bahwa materi pelatihan yang disampaikan tentang prinsip-prinsip desain dapat diterima dengan baik oleh peserta.

Pemahaman terhadap tata cara dan teknik ini merupakan fondasi penting sebelum peserta melangkah ke tahap praktik. Indikator keempat yang merupakan tahap praktikum atau mendesain sampai tahap penyelesaian menunjukkan capaian tertinggi, yaitu 98% atau 49 dari 50 peserta. Angka ini sangat mengesankan karena hampir seluruh peserta berhasil langsung mencoba dan mempraktekkan pembuatan desain dengan mengikuti proses yang disampaikan oleh pemateri hingga menghasilkan karya desain kemasan yang utuh. Tingginya persentase pada tahap

praktikum ini menunjukkan efektivitas metode pembelajaran yang diterapkan, di mana peserta tidak hanya menerima teori tetapi juga mendapatkan kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan mereka secara langsung dengan bimbingan pemateri.

Secara keseluruhan, data pada Tabel 3 menunjukkan pola progresif yang sangat baik, di mana persentase keberhasilan meningkat secara konsisten dari 80%, 88%, 92%, hingga mencapai puncaknya di 98%. Pola peningkatan ini mengindikasikan bahwa struktur pelatihan telah dirancang dengan baik, dengan setiap tahap pembelajaran membangun fondasi untuk tahap berikutnya. Metode pelatihan yang menggabungkan teori dan praktik terbukti sangat efektif, sebagaimana terlihat dari tingginya capaian pada tahap praktikum yang menjadi tujuan akhir dari kegiatan pelatihan ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan kegiatan pelatihan Desain Kemasan Produk guna optimalisasi Pemasaran Produk *Home Industri* di Kabupaten Musi Banyuasin, dapat disimpulkan bahwa seluruh peserta yang berjumlah 50 orang mampu mengikuti pelatihan ini dengan baik dan menunjukkan antusiasme yang tinggi. Pelatihan ini memberikan kontribusi signifikan bagi pelaku usaha *home industry* dalam meningkatkan keterampilan desain, kreativitas pemasaran, serta kemampuan berwirausaha para peserta. Adapun tahapan-tahapan yang dilaksanakan dalam pelatihan ini meliputi: 1) Peserta mendapatkan materi terkait pengetahuan tentang desain kemasan produk, strategi branding, dan pemasaran visual, 2) Membuat konsep dan desain kemasan produk sesuai karakteristik produk masing-masing, dan 3) Proses finalisasi desain kemasan yang siap diproduksi dan dipasarkan. Tahapan yang diikuti oleh peserta pelatihan merupakan bentuk praktik yang bertujuan untuk memberikan keterampilan mendesain kemasan kepada pelaku home industri agar dapat menciptakan kemasan produk yang bernilai, tidak hanya dari segi estetika visual, tetapi juga memiliki daya tarik pasar dan mampu mengomunikasikan nilai produk yang mereka hasilkan. Kegiatan pelatihan desain kemasan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kepekaan pelaku usaha dalam melihat berbagai peluang pasar dan tren konsumen di sekitar mereka, yang kemudian dapat menjadi sumber inspirasi dalam mengembangkan strategi pemasaran produk home industri yang lebih optimal dan kompetitif.

REKOMENDASI

Dengan diadakannya pelatihan ini, penulis beserta tim PkM melihat begitu banyak pelaku usaha *home industry* yang tertarik untuk mengikuti kegiatan ini, serta juga antusias semua peserta yang begitu tinggi, maka kegiatan ini akan dilaksanakan secara kontinyu. Adapun untuk ke depannya kegiatan pelatihan desain kemasan ini akan dikemas dari segi varian teknik dan material, mengingat begitu banyak jenis kemasan produk pada bidang home industri yang bisa dikembangkan untuk bisa dipelajari oleh pelaku UMKM di Kabupaten Musi Banyuasin dengan mengangkat konsep yang tidak hanya berkaitan dengan tren pasar modern akan tetapi juga berkaitan dengan kearifan lokal di daerah tersebut. Selain untuk mendorong dan mengingatkan para pelaku usaha *home industry* betapa pentingnya untuk membuat kemasan produk dengan mengangkat kearifan lokal di daerah mereka, diharapkan desain kemasan yang mereka buat dapat memberikan

kebaruan identitas produk dan dapat menjadi daya tarik bagi konsumen serta wisatawan yang berkunjung di daerah mereka, khususnya di Kabupaten Musi Banyuasin.

Dengan melihat besarnya keinginan dan minat pelaku usaha *home industry* di Kabupaten Musi Banyuasin untuk mengikuti pelatihan menjadi kendala tersendiri bagi kami para tim PkM, karena tidak adanya tempat yang memadai dan ketersediaan waktu yang biasanya satu hari harus dibuat menjadi tiga hari. Hal ini bertujuan agar peserta pelatihan dapat menyerap ilmunya dengan baik dan menyeluruh, serta capaian dari pelatihan nantinya sesuai dengan apa yang diharapkan. Dengan diadakannya pelatihan ini diharapkan bisa memberikan kontribusi terhadap optimalisasi pemasaran produk *home industry* di daerah ini serta dapat menginspirasi rekan-rekan pendamping UMKM agar dapat memberikan bentuk pelatihan lainnya untuk meningkatkan keterampilan dan daya saing para pelaku usaha *home industry* di Kabupaten Musi Banyuasin.

ACKNOWLEDGMENT

Ucapan terima kasih kepada :

1. Lembaga Universitas Indo Global Mandiri (UIGM) yang telah memberikan izin serta dukungan untuk melaksanakan kegiatan pelatihan membuat desain kemasan yang diadakan di Kabupaten Musi Banyuasin. Semoga kegiatan pelatihan ini dapat bermanfaat dan menjadi ilmu untuk menambah pengetahuan masyarakat serta menjadi individu yang terampil dan berkualitas.
2. Terima kasih kepada Program Studi Desain Komunikasi Visual UIGM, teman-teman dosen, dan Mahasiswa yang telah banyak membantu demi kelancaran kegiatan ini. Semoga untuk kedepannya kita bisa lebih bergeming lagi untuk bisa memberikan pelatihan guna untuk meningkatkan kualitas SDM di Provinsi Sumatera Selatan, Khususnya di Kabupaten Musi Banyuasin.
3. Terimakasih Kepada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Kabupaten Musi Banyuasin yang telah mempercayai kami untuk bisa berkontribusi memberikan pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDARITAS*, 4, 69–76.
- Akhmad. (n.d.). *Karakteristik Desain Kemasan "Sego Njamoer."*
- Andi Risfan Rizaldi, Asriani Hasan, N. D. (2020). Capacity Building: Literasi Digital dan Peluang Pemanfaatan dalam Ekonomi Rumah Tangga. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEDITEG*, 5(1), 18. <https://doi.org/10.15408/sd.v3i1.3794>. Permalink/DOI
- Aprieni, Farida Ratna Meilantika, Lastriana Sihotang, & Febrina Vidya Rachma S. (2024). UMKM Memiliki Peran Penting Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 188–193. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i4.976>
- Budiardjo, H. (2016). The Impact of Packaging Design to Purchase Behavior through Brand Trust. *International Journal of Business and Management Invention ISSN*, 5(1), 82–89. www.ijbmi.org

- Fachriza, M. A., Wahidin, D., Hakim, A., Fachriza, M. A., Wahidin, D., & Hakim, A. (n.d.). *Pembuatan Desain Kemasan Produk Keripik*. 2(2), 6694–6703.
- Jannah, R., Radila, S., Nur Maulidah, S., Lenza Lambang, A. R., & Ekonomi STKIP PGRI Situbondo, P. (2024). *Pelatihan Desain Kemasan Dan Label Menggunakan Media Canva Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Bagi Pelaku Umkm Di Desa Trebungan Situbondo Packaging and Label Design Training Using Canva Media As a Strategy To Increase Sales for Umkm Actors in Trebung*. 3(2), 180–194.
- Liu, C., Samsudin, M. R., & Zou, Y. (2025). The Impact of Visual Elements of Packaging Design on Purchase Intention: Brand Experience as a Mediator in the Tea Bag Product Category. *Behavioral Sciences*, 15(2), 1–37. <https://doi.org/10.3390/bs15020181>
- Nur, Z., Sulaiman, U., & Rahman, U. (2024). Metodologi Penelitian: Analisis Konseptual Untuk Memahami Hakikat, Tujuan, Prosedur, (Arsyam & Tahir, 2021). Dengan melakukan penelitian, akademisi dan mahasiswa dapat mempunyai peran penting dalam memberikan wawasan yang mendalam tentang peneliti. *PEDAGOGIC: Indonesian Journal of Science Education and Technology*, 4(1), 34–45. <https://ejournal.indo-intellectual.id/index.php/ijset/article/view/1395>
- Rani, K. C., Jayani, N. I. E., Darmasetiawan, N. K., Tandelilin, E., & Waluyo, P. W. (2021). The Development of Packaging Design of Moringa Tea Bag and Moringa Powder Production of Kwt Sri Rejeki. *Journal of Character Education Society*, 4(3), 47–59.
- Rohidi, T. . (2011). *Metodologi Penelitian*. Cipta Prima Nusantara.
- Roudhotun, U., Janah, N., Roi, F., Tampubolon, S., Pemerintahan, I., Hukum, F., Sosial, I., & Terbuka, U. (2024). *Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia*. 1(2), 739–746.
- Ruslan, K., & Prasetyo, O. R. (2023). Does Farm Size Matter for Food Security Among Agricultural Households? Analysis of Indonesia's Agricultural Integrated Survey Results. *Proceedings of The International Conference on Data Science and Official Statistics*, 2023(1), 524–536. <https://doi.org/10.34123/icdsos.v2023i1.318>
- Salsabila, V. T. (2024). Sosialisasi Peran Kemasan dan Desain Terhadap Pemasaran Produk di PT ABC. *Jati Emas (Jurnal Aplikasi Teknik Dan ...)*, 8(2), 61–64. https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/27719%0Ahttps://repository.upnjatim.ac.id/27719/1/JURNAL_PUBLISH.pdf
- Sandi, S. (2022). Perencanaan Desain Kemasan Keripik Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Pada Usaha Mikro Kecil Di Desa Mulyasejati. *Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian (KNPP) Ke-2, April 2020*, 1299–1309.
- Teofilus, Sutrisno, T. F. C. W., & Gomuljo, A. (2019). *The Elements Of Packaging That Form A Brand Personality . (Study In Aroma Premium Sekoteng Products) The trend of healthy lifestyles began to be the first choice and became an awareness that caused a shift in consumer behavior in choosing products rangi*. 9(2), 382–393.