

## **Peningkatan Daya Saing Umkm Dapur Oma Cinta Dan Kopi Lampung Nusantara Melalui Pelatihan Desain Kemasan**

**Eko Subyantoro<sup>1</sup>, Zuriati<sup>\*2</sup>, Agiska Ria Supriyatna<sup>3</sup>, Dian Ayu Afifah<sup>4</sup>, Nurul Qomariyah<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>*Teknologi Rekayasa Internet, Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung, Indonesia*

\*Korespondensi : (zuriati\_mi@polinela.ac.id)

### **Abstrak**

Kemasan produk merupakan elemen krusial dalam menarik perhatian konsumen serta membangun citra merek yang kuat. Desain kemasan yang menarik dan fungsional memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan produk, terutama di pasar yang kompetitif. Untuk meningkatkan daya saing mitra UMKM Dapur Oma Cinta dan Kopi Nusantara Lampung, dilakukan pelatihan desain kemasan yang melibatkan beberapa tahapan, yaitu: perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi. Tahap perencanaan mencakup analisis kebutuhan mitra dan pengumpulan materi pelatihan yang relevan, termasuk penggunaan aplikasi Canva. Tahap pelaksanaan melibatkan kegiatan praktis pembuatan desain kemasan yang menarik, fungsional, dan ramah lingkungan guna mengikuti tren keberlanjutan. Pada tahap monitoring, peserta diberikan pendampingan dalam mengembangkan desain kemasan sesuai kebutuhan produk mereka. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta, terutama bagi mereka yang memiliki pemahaman awal yang rendah. Sebagian besar peserta mengalami peningkatan yang signifikan dari pre-test ke post-test. Diharapkan, dengan penerapan desain inovatif dan efisien, produk mitra akan lebih kompetitif baik di pasar lokal maupun nasional. Kegiatan ini sejalan dengan upaya pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan kontribusi mereka terhadap perekonomian daerah melalui optimalisasi teknologi dan inovasi.

**Kata kunci:** Daya Saing, Desain Kemasan, UMKM.

### **Abstract**

*Product packaging is a crucial element in attracting consumers' attention and building a strong brand image. An attractive and functional packaging design plays an important role in supporting product success, especially in a competitive market. To enhance the competitiveness of the Dapur Oma Cinta and Kopi Nusantara Lampung MSME partners, a packaging design training was conducted, involving several stages: planning, implementation, monitoring, and evaluation. The planning stage included analyzing the needs of the partners and collecting relevant training materials, including the use of Canva. The implementation stage involved practical activities in creating packaging designs that are attractive, functional, and eco-friendly to align with sustainability trends. During the monitoring stage, participants were provided with guidance in developing packaging designs according to their product needs. Evaluation was carried out through pre-tests and post-tests to measure the participants' improvement in knowledge and skills. The results of the training showed a significant increase in participants' understanding, especially among those with lower initial knowledge. Most participants experienced significant improvement from pre-test to post-test. It is expected that, with the application of innovative and efficient designs, the partners' products will become more competitive both in local and national markets. This activity aligns with efforts to empower MSMEs to enhance their contribution to the regional economy through technology optimization and innovation.*

**Keywords:** *Competitiveness, Packaging Design, UMKM.*

---

Submit: September 2024

Diterima: November 2024

Publis: November 2024



*Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)*

## 1. PENDAHULUAN

Desain kemasan merupakan tampilan visual yang mencakup elemen-elemen grafis, warna, bentuk, dan informasi yang bertujuan untuk melindungi produk serta menarik perhatian konsumen. Bagi pelaku UMKM, kemampuan dalam mendesain kemasan menjadi penting karena memberikan dampak signifikan dalam digital marketing (Hayati Zen et al., 2017). Desain kemasan adalah hal pertama yang dilihat konsumen ketika mereka berinteraksi dengan suatu produk. Desain yang menarik secara visual tidak hanya mampu menarik perhatian, tetapi juga menciptakan kesan positif dan meningkatkan kemungkinan konsumen memilih produk tersebut. Kemasan yang baik berperan sebagai bagian dari identitas merek, di mana citra merek yang kuat membantu membangun pengenalan dan loyalitas pelanggan. Desain kemasan yang unik dan menonjol juga dapat menjadi pembeda penting dalam pasar yang kompetitif (Bahri, Sari, & Alamsyah, 2023). Selain aspek estetika, kemasan juga berfungsi untuk menyampaikan informasi produk dengan jelas, seperti kegunaan, petunjuk penggunaan, dan nilai tambahnya. Dalam konteks digital marketing, desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik visual, mendukung kampanye pemasaran online, serta membantu UMKM memperkuat kehadiran di dunia digital, memperluas pasar, dan membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen (Kusumawati, Kusumah, & Wibisono T, 2022). Oleh karena itu, sinergi antara desain kemasan yang menarik dan strategi pemasaran digital yang efektif dapat menjadi upaya peningkatan daya saing UMKM dan kunci dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis UMKM di era digital (Rohmanto & Hadiansyah, 2023), (Prahara, Sumargono, Hidayat, Kumala, & Radhitya, 2023).

Inovasi dalam desain kemasan telah berhasil meningkatkan daya tarik dan penjualan produk (Ramdhan & Yusda, 2023). Desain kemasan yang diterapkan

pada produk dinilai lebih menarik sehingga terjadi kenaikan jumlah pesanan dan tingkat kepuasan pelanggan, hal ini menggarisbawahi bahwa desain kemasan yang efektif merupakan elemen kunci untuk memperkuat posisi kompetitif UMKM dalam pasar makanan dan minuman (Bahri et al., 2023), (Putra, Fadhlurrohmah, Hikmatika, Safitri, & Mulyawati, 2023). Oleh karena itu, perbaikan dalam desain kemasan sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan efektivitas pemasaran produk seperti yang telah dilakukan pada UMKM Banjarwangi Bogor (Iznillillah, Kardaya, & Haris, 2022), UMKM Kapanewon Turi (Bahri et al., 2023), UMKM Kube Asahan (Ramdhan & Yusda, 2023), UMKM Desa Beku (Putra et al., 2023), UMKM Qyu Sweat (Dawami, Assyafir, & Auliadst, 2022), UMKM Nusapad (Agus, 2024), dan UMKM Warcok (Israr & Kamariah, 2023), UMKM Warung Makan Bakmi +62 (Zaharani, Yuni. Putri TG, Marta, 2023), KWT Cantik Bahari Semarang (Wahid, Nugroho, & Pratama, 2023).

Mitra Inovokasi adalah Dapur Oma Cinta dan Kopi Lampung Nusantara, telah aktif memperkenalkan produknya melalui platform online seperti Tokopedia dan Instagram, meskipun akun-akun tersebut jarang diperbarui karena keterbatasan waktu dan tenaga kerja, sehingga saat ini penjualan hanya dilakukan berdasarkan pesanan. Beberapa produk sudah menggunakan kemasan yang lebih baik, termasuk adanya stiker, namun promosi dan branding secara keseluruhan masih perlu ditingkatkan. UMKM ini juga tengah merencanakan peluncuran produk baru, tetapi biaya desain kemasan yang dipesan dari pihak luar cenderung mahal. Oleh karena itu, jika mitra mampu mendesain kemasan sendiri, biaya produksi dapat ditekan. Dalam hal ini, pelatihan desain kemasan produk menjadi sangat penting agar mitra dapat menghasilkan kemasan yang menarik, meningkatkan daya saing, dan memperkuat citra merek di pasar dengan biaya yang lebih terjangkau.

Selain memperkuat citra merek, desain kemasan yang konsisten juga memiliki peran penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Kemasan yang berkualitas tidak hanya membuat produk terlihat lebih profesional, tetapi juga memberikan kesan bahwa produk tersebut bernilai lebih tinggi. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas serta peluang untuk mendapatkan ulasan positif. Dengan kemasan yang berkualitas, konsumen merasa lebih puas dan kemungkinan besar akan kembali membeli produk di masa depan.

Di samping itu, melalui pelatihan desain kemasan, mitra tidak hanya dapat menghemat biaya dalam jangka pendek, tetapi juga memperoleh fleksibilitas yang lebih besar dalam berinovasi. Kemampuan untuk mendesain kemasan secara mandiri memungkinkan UMKM seperti Dapur Oma Cinta dan Kopi Lampung Nusantara untuk terus beradaptasi dengan tren pasar tanpa harus bergantung pada pihak luar. Ini menjadi investasi jangka panjang yang dapat membantu mereka menghadapi persaingan yang semakin ketat di era digital ini.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis, yaitu: tahap perencanaan, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi.

Pada tahap perencanaan Tim Pelaksana bersama mahasiswa melakukan diskusi untuk melakukan pembagian tugas, menyiapkan peralatan yang akan digunakan, antarlain: komputer dan perangkat lunak Canva, menyusun jadwal pelaksanaan kegiatan, menentukan lokasi kegiatan, dan menyiapkan materi pelatihan beserta pertanyaan untuk pre-test dan post-test.

Untuk tahap pelaksanaan dilakukan mengikuti jadwal kegiatan yang telah disusun. Metode yang digunakan adalah praktek dan demonstrasi langsung.

Pendampingan dilakukan secara aktif melalui pengawasan dan bimbingan. Saat pelaksanaan kegiatan dilakukan pre-test dan post-test untuk mengukur pengetahuan dan keterampilan mitra. Pada tahap ini disusun juga indikator pengukuran ketercapaian kegiatan, seperti: mitra memiliki desain kemasan produk baru, yang mencantumkan merek, nama atau logo usahanya.

Proses monitoring dan evaluasi dilakukan secara terjadwal, untuk memastikan keberhasilan pelaksanaan program. Tahap ini melibatkan serangkaian kegiatan yang mencakup hasil pelatihan desain kemasan. Memberikan rekomendasi untuk perbaikan atau peningkatan program di masa mendatang.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Hasil Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan Tim Pelaksana menyusun jadwal kegiatan. Pada Tabel 1 disajikan jadwal kegiatan pelatihan desain kemasan.

Tabel 1. Jadwal kegiatan pelatihan desain kemasan

Kegiatan	Waktu				
	Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4	Minggu 5
FGD persiapan kegiatan pelatihan	√				
Pretest , Pengenalan Dasar Canva : fitur dan template.		√			
Praktek desain sederhana			√		
Penyesuaian desain untuk kebutuhan UMKM				√	
Monitoring dan Evaluasi: post-test					√

Selain menyusun jadwal kegiatan Tim juga membuat daftar pertanyaan pre-test dan post test pelatihan. Berikut adalah daftar pertanyaan yang digunakan. Pada Tabel 2 disajikan daftar pertanyaan pre-test, dan pada Tabel 3 disajikan pertanyaan post-test.

Tabel 2. Daftar pertanyaan pre-test pelatihan desain kemasan

No	Pertanyaan
1.	Apa yang Anda ketahui tentang pentingnya desain kemasan dalam bisnis UMKM?
2.	Sebutkan elemen-elemen dasar yang harus ada dalam sebuah desain kemasan produk.
3.	Pernahkah Anda menggunakan aplikasi desain grafis seperti Canva sebelumnya? Jika ya, sebutkan fungsinya.
4.	Bagaimana menurut Anda kemasan yang menarik dapat mempengaruhi keputusan pembeli?
5.	Apa yang Anda pahami tentang konsep identitas merek ( <i>brand identity</i> ) dalam desain kemasan?
6.	Bagaimana cara Anda memilih warna yang tepat untuk kemasan produk Anda?
7.	Bagaimana desain kemasan yang baik bisa membantu membedakan produk Anda dari kompetitor?
8.	Sebutkan tantangan yang Anda hadapi dalam mendesain kemasan untuk produk UMKM Anda.
9.	Apakah Anda pernah mendesain kemasan produk sendiri? Jika ya, alat apa yang digunakan?
10.	Seberapa penting menurut Anda ukuran dan bentuk kemasan dalam menarik perhatian konsumen?

Tabel 3. Daftar pertanyaan post-test pelatihan desain kemasan

No	Pertanyaan
1.	Sebutkan tiga fitur utama Canva yang dapat membantu Anda mendesain kemasan produk
2.	Bagaimana Canva dapat mempermudah proses desain dibandingkan aplikasi lainnya?
3.	Apa yang harus diperhatikan saat memilih template desain di Canva untuk kemasan produk?
4.	Jelaskan bagaimana Anda dapat menyelaraskan desain kemasan dengan identitas merek
5.	Bagaimana pemilihan warna dan font dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk Anda?
6.	Setelah mengikuti pelatihan, bagaimana Anda akan menggunakan

	Canva untuk meningkatkan kemasan produk UMKM Anda?
7.	Bagaimana Anda akan menentukan ukuran dan bentuk kemasan yang sesuai untuk produk Anda setelah pelatihan ini?
8.	Apakah Anda merasa lebih percaya diri dalam mendesain kemasan setelah menggunakan Canva? Mengapa?
9.	Apa kendala yang Anda hadapi saat mendesain kemasan dengan Canva, dan bagaimana Anda mengatasinya?
10.	Apa langkah-langkah yang akan Anda ambil untuk memperbarui desain kemasan produk Anda setelah mengikuti pelatihan ini?

### b. Hasil Tahap Pelaksanaan

Aplikasi yang digunakan untuk desain kemasan adalah Canva. Platform ini diluncurkan pada tahun 2013, tersedia dalam bentuk website dan dipilih karena kemudahan penggunaannya serta kualitas desain yang dihasilkan (Mintarsih et al., 2023). Canva menawarkan berbagai fitur yang mendukung pembuatan desain kemasan, presentasi, dokumen, poster, video, konten media sosial, dan lainnya.

Pada tahap pelaksanaan pelatihan desain kemasan Narasumber didampingi Tim menyampaikan materi desain kemasan, dilanjutkan dengan demonstrasi dan praktek desain. Pada Gambar 1 disajikan kegiatan pelatihan desain kemasan untuk mitra Dapur Oma Cinta.



Gambar 1. Pelatihan Desain Kemasan Mitra Dapur Oma Cinta

Pada Gambar 2 disajikan kegiatan pelatihan desain kemasan untuk mitra Kopi Lampung Nusantara.



Gambar 2. Pelatihan Desain Kemasan Mitra Kopi Lampung Nusantara

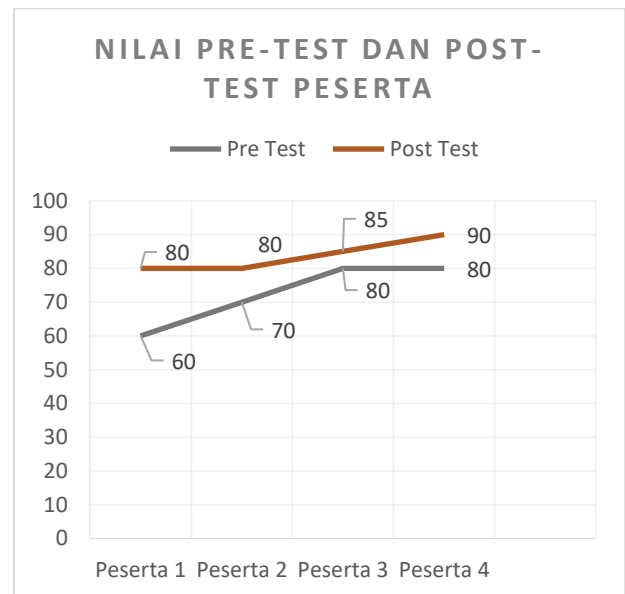
Pada Gambar 3 disajikan hasil praktek desain yang dihasilkan oleh mitra.



Gambar 3. Hasil Praktek Desain Kemasan

### c. Hasil Tahap Monitoring dan Evaluasi

Pada saat kegiatan pelatihan dilakukan pengukuran kemampuan dasar peserta melalui test tertulis. Pada Gambar 4 disajikan nilai evaluasi pre-test dan post-test peserta pada pelatihan desain kemasan.



Gambar 4. Grafik nilai evaluasi pelatihan desain kemasan

Data ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta setelah pelatihan. Peserta 1, yang awalnya mendapat nilai 60 pada pre-test, meningkat tajam menjadi 80 pada post-test dengan kenaikan 33.3%. Peserta 2 mencatat peningkatan 14.3% dari 70 ke 80, sedangkan Peserta 3 dan 4, meskipun sudah memiliki nilai pre-test yang lebih tinggi, hanya mengalami kenaikan masing-masing sebesar 6.3% dan 12.5%. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan dampak lebih besar bagi peserta yang memiliki nilai awal lebih rendah.

Pelatihan desain kemasan ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta, terutama bagi mereka yang memiliki tingkat pengetahuan awal yang lebih rendah. Namun, bagi peserta yang pengetahuan awalnya sudah lebih tinggi, dampak pelatihan cenderung lebih terbatas. Oleh karena itu, perlu dipertimbangkan penyesuaian materi pelatihan agar dapat menjangkau semua tingkat pengetahuan peserta dengan lebih baik. Hasil ini juga menunjukkan bahwa pelatihan lebih berdampak pada peserta dengan pemahaman awal yang masih terbatas, karena mereka mengalami peningkatan yang lebih signifikan.

#### 4. KESIMPULAN

Pelatihan desain kemasan untuk mitra Dapur Oma Cinta dan Kopi Lampung Nusantara telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Pelatihan desain kemasan sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan mitra pada bidang desain menggunakan aplikasi Canva, terutama bagi mereka dengan pemahaman awal yang rendah. Sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan signifikan dari pre-test ke post-test, dengan beberapa peserta mengalami peningkatan yang lebih besar. Namun, peserta dengan pengetahuan awal yang lebih tinggi cenderung menunjukkan peningkatan yang lebih moderat. Oleh karena itu, materi pelatihan mungkin perlu disesuaikan untuk lebih merata dalam mengakomodasi berbagai tingkat pengetahuan peserta.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi dan Politeknik Negeri Lampung karena telah mendanai dan memfasilitasi kegiatan ini melalui hibah Inovasi Kreatif Mitra Vokasi (Inovokasi) 2024

#### REFERENSI

- Agus, A. darmawan. (2024). Perancangan Desain Kemasan Umkm Nusapad (Nusantara Desk Pad) Dalam Membentuk Citra Produk. *JURNAL Dasarrupa: Desain dan Seni Rupa*, 5(2), 1–9. <https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v5i2.161>
- Bahri, B., Sari, N. P., & Alamsyah, F. (2023). Pelatihan Desain Kemasan (Packaging) Dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Kapanewon Turi. *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 15–31. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.15-31>
- Dawami, A. K., Assyafir, L. Z., & Auliadst, Z. N. (2022). Perancangan Desain Kemasan pada UMKM Qyu Sweet and Savoury. *Cipta*, 1(1), 35–46. <https://doi.org/10.30998/cpt.v1i1.1160>
- Hayati Zen, Z., Dermawan, D., Astrie Anggraini, D., Nova Meirizha, S., Ananda Yul, F., & Muhammadiyah Riau, U. (2017). Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM di Kecamatan TAMBANG, Kabupaten KAMPAR. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu negeRI*, 1(2).
- Israr, A. A., & Kamariah, N. (2023). Strategi Pengembangan Produk Melalui Perancangan Desain Kemasan Baru Pada Umkm Warcok. *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan*, 1(2), 204–222. <https://doi.org/10.33509/admit.v1i2.2357>
- Iznillillah, W., Kardaya, D., & Haris, H. (2022). Pendampingan Desain Kemasan Produk Keripik Moring di UMKM Banjarwangi-Bogor. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 4(1), 40–46. <https://doi.org/10.30997/jiph.v4i1.9830>
- Kusumawati, D. N. I., Kusumah, W. I., & Wibisono T, R. W. (2022). Analisis Desain Kemasan Produk Umkm Makanan Tradisional Lempur Berbahan Alami Memiliki Daya Tarik Dan Ketahanan Mutu Produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 41–49. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>
- Mintarsih, M., Kurniasih, E., Festi, H., Nurlaila, E., Musringudin, M., & Alamsyah, C. M. (2023). Pelatihan Modifikasi Canva Sebagai Media Pembelajaran Di Sdn Petir 1 Dan Sdn Petir 3. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 38–44. Diambil dari [https://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/AJPKM/article/view/2107%0Afiles/5925/Mintarsih et al. - 2023 - PELATIHAN MODIFIKASI CANVA SEBAGAI MEDIA PEMBELAJA.pdf](https://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/AJPKM/article/view/2107%0Afiles/5925/Mintarsih%20et%20al.%20-%202023%20-%20PELATIHAN%20MODIFIKASI%20CANVA%20SEBAGAI%20MEDIA%20PEMBELAJA.pdf)
- Prahara, G. A., Sumargono, I., Hidayat, S., Kumala, W. D., & Radhitya, N. A.

- (2023). Penguatan Nilai Kemasan Umkm Melalui Perancang Desain Label Produk Food and Beverage Pada Umkm Dapur Kefoo). *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 6, 1–8.  
<https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v6i0.1909>
- Putra, R. B. A., Fadhlurrohman, A., Hikmatika, N. I., Safitri, A. D., & Mulyawati, I. (2023). Digitalisasi Potensi Desa Melalui Pelatihan Digital Marketing Dan Desain Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Tarik UMKM Di Desa Beku. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 8(3), 285–292.  
<https://doi.org/10.33366/japi.v8i3.5475>
- Ramdhan, W., & Yusda, R. A. (2023). Pelatihan Desain Kemasan Produk Menggunakan Aplikasi Canva Pada UMKM KUBE ( KULINER USAHA BERSAMA ) Asahan, 6(3).
- Rohmanto, R., & Hadiansyah, R. (2023). Sosialisasi Cara Membuat Desain Kemasan Produk Mockups dan Smartmockups pada Canva bagi Pelaku UMKM Desa Cikancung. *Jurnal AbdiMU (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 3(2), 53–58.  
<https://doi.org/10.32627/abdimu.v3i2.788>
- Wahid, M. A., Nugroho, A., & Pratama, F. I. (2023). Peningkatan Mutu Kemasan Produk Olahan Kelompok Wanita Tani Cantik Bahari Semarang Melalui Implementasi Mesin Sealer Band. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 370–376. Diambil dari <https://www.jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/AJPKM/article/view/2635>
- Zaharani, Yuni. Putri TG, Marta, M. Q. (2023). Inovasi Desain Kemasan Dan Logo Sebagai Media Promosi Produk UMKM Warung Makan Bakmi +62, 2(2), 149–157.