



PELATIHAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM KRIPIK UBI KAYU KHAS DESA BANGUN SARI MENGGUNAKAN CANVA DAN POLOTNO

Hasendha Dharma Yudha¹⁾, Irman Effendy²⁾

^{1),2)}Sistem Informasi, Universitas Bina Darma Palembang

SUBMISSION TRACK

Submitted : 28 June 2025
Accepted : 08 July 2025
Published : 09 July 2025

KEYWORDS

pelatihan desain kemasan, UMKM, kripik ubi kayu, Canva, Polotno

CORRESPONDENCE

Phone: -

E-mail: hasendhady@gmail.com

A B S T R A K

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mendesain kemasan produk kripik ubi kayu khas Desa Bangun Sari menggunakan aplikasi Canva dan Polotno. Produk kripik ubi kayu yang memiliki potensi ekonomi lokal tinggi masih mengalami kendala dalam aspek visual kemasan yang kurang menarik dan tidak informatif, sehingga menyulitkan dalam penetrasi pasar yang lebih luas, khususnya secara digital. Pelatihan dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif, yang mencakup pemberian materi, praktik langsung, serta pendampingan intensif selama proses perancangan desain kemasan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta berhasil memahami pentingnya kemasan sebagai bagian dari identitas produk dan mampu menggunakan kedua aplikasi tersebut secara mandiri untuk menghasilkan desain yang lebih profesional. Rata-rata desain yang dihasilkan telah memenuhi unsur visual dasar seperti warna, logo, informasi produk, dan daya tarik estetika. Selain itu, pelatihan juga meningkatkan kesadaran peserta terhadap branding dan pemasaran digital melalui kemasan yang menarik. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas produk lokal, memperkuat identitas UMKM, dan membuka peluang lebih besar untuk menjangkau pasar online. Pelatihan desain kemasan seperti ini dapat menjadi solusi strategis dalam penguatan daya saing UMKM berbasis teknologi yang aplikatif dan mudah diakses.

PENDAHULUAN

Kemasan produk merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang dapat memengaruhi daya tarik dan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), desain kemasan memiliki peran strategis dalam membangun identitas merek, meningkatkan daya saing, dan memperluas jangkauan pasar. Produk-produk pangan lokal seperti kripik ubi kayu memiliki potensi besar untuk dikembangkan, namu sering kali belum ditunjang dengan desain kemasan yang



informatif, menarik, dan profesional. Di Desa Bangun Sari, UMKM penghasil kripik ubi kayu menghadapi tantangan serupa. Produk mereka yang khas dan memiliki cita rasa lokal belum memiliki kemasan yang layak untuk dipasarkan secara luas, terutama ke pasar modern dan digital.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Desa Bangun Sari terletak pada keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam hal desain grafis serta akses terhadap teknologi pendukung. Sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan kemasan polos, tidak informatif, dan tidak mencerminkan identitas produk maupun nilai-nilai lokal. Hal ini menjadi kendala dalam meningkatkan citra produk di mata konsumen yang kini semakin kritis terhadap tampilan visual dan kejelasan informasi suatu produk.

Dalam upaya mengatasi persoalan tersebut, pelatihan desain kemasan berbasis teknologi menjadi solusi yang relevan dan aplikatif. Penggunaan aplikasi desain grafis seperti Canva dan Polotno menjadi alternatif yang mudah diakses, murah, dan ramah pengguna, terutama bagi pelaku UMKM yang tidak memiliki latar belakang di bidang desain. Canva telah dikenal luas sebagai platform desain grafis online dengan fitur drag-and-drop dan berbagai template siap pakai, yang memungkinkan pengguna awam sekalipun dapat menghasilkan desain yang menarik (Zettira et al., 2022). Di sisi lain, Polotno menawarkan pengalaman desain yang lebih ringan dan fleksibel, terutama untuk pengguna yang ingin mencoba aplikasi berbasis open-source.

Pelatihan desain kemasan tidak hanya bertujuan meningkatkan keterampilan teknis pelaku UMKM, tetapi juga untuk memperkuat aspek branding, komunikasi visual, serta penyesuaian desain dengan karakteristik produk dan target pasar. Penelitian Madyoratri dan Sari (2024) menunjukkan bahwa pelatihan desain kemasan di Desa Galengdowo berhasil meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya desain kemasan yang informatif dan estetis. Hal ini sejalan dengan temuan Ginting dan Thania (2025) yang menyatakan bahwa penggunaan Canva dalam pelatihan desain produk keripik memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kualitas visual produk dan kesiapan pelaku usaha untuk memasarkan produk ke ranah digital.

Program pelatihan serupa juga dilaksanakan oleh Pratiwi, Aprilyanti, dan Andalia (2024) di Kecamatan Sako, Palembang. Mereka menemukan bahwa pemberian pelatihan kepada pelaku UMKM dalam pengembangan produk, termasuk kemasan, mampu meningkatkan pemahaman peserta terhadap pentingnya diferensiasi produk di tengah persaingan pasar yang



ketat. Dalam hal ini, kemasan yang menarik bukan hanya menambah nilai estetika, tetapi juga memberikan nilai tambah dari sisi fungsionalitas dan kepercayaan konsumen.

Pelatihan desain kemasan juga mendukung arah transformasi digital UMKM sebagaimana disampaikan oleh Febrianti et al. (2025) dalam kegiatan pendampingan digitalisasi UMKM keripik singkong Putri Sari di Desa Wonokerto. Mereka menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi desain dalam membentuk citra merek dan memperluas pasar melalui platform online. Dalam konteks tersebut, pelatihan desain tidak dapat berdiri sendiri, melainkan harus menjadi bagian dari strategi pengembangan yang terintegrasi dengan pemasaran digital dan distribusi produk.

Kemampuan dalam mendesain kemasan yang komunikatif dan fungsional dapat meningkatkan branding produk UMKM secara signifikan. Nurbadillah et al. (2025) menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi dalam desain grafis terbukti mampu memperkuat identitas visual dan branding pelaku UMKM, yang berdampak langsung terhadap peningkatan daya saing di pasar. Branding yang kuat melalui kemasan dapat menimbulkan kesan profesional, membangun kepercayaan konsumen, dan membedakan produk lokal dari pesaing lainnya.

Pelatihan desain kemasan yang dilakukan secara partisipatif dan berbasis kebutuhan lokal terbukti mampu mendorong kemandirian pelaku UMKM dalam mengelola bisnisnya. Adviany et al. (2023) dalam studi mereka mengenai pengembangan UMKM keripik singkong di desa mandiri menunjukkan bahwa integrasi pelatihan teknologi desain dan manajemen usaha menjadi faktor penting dalam membentuk UMKM yang adaptif dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan hasil pengabdian Mukti et al. (2024) di Desa Ploso yang menekankan bahwa pelatihan desain grafis menggunakan Canva meningkatkan daya tarik promosi dan memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen secara visual.

Pentingnya pelatihan desain kemasan juga ditegaskan oleh Diantika dan Nadhiroh (2025) dalam pelatihan desain produk “krupuk rengginang” di Desa Gebangan. Mereka mencatat bahwa kemasan yang menarik dan informatif turut menentukan penerimaan produk oleh konsumen dan mitra distribusi. Oleh karena itu, pelatihan desain kemasan dapat dipandang sebagai bentuk intervensi strategis untuk mendorong inovasi produk UMKM.



Sementara itu, studi Yudhistira dan Daryana (2025) tentang inovasi produk kuliner tradisional di era digital menekankan bahwa penguatan visual produk melalui desain kemasan merupakan bagian dari strategi manajemen inovasi yang perlu diterapkan oleh UMKM agar mampu beradaptasi dengan perubahan tren konsumen dan persaingan pasar. Dalam studi mereka, pelaku UMKM yang mampu mengemas produknya dengan baik memiliki kemungkinan lebih besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk melalui e-commerce dan marketplace digital.

Berdasarkan pemaparan di atas, pelatihan desain kemasan menggunakan Canva dan Polotno di Desa Bangun Sari menjadi langkah penting dalam menjawab kebutuhan pelaku UMKM lokal untuk mengembangkan produk kripik ubi kayu mereka agar memiliki nilai tambah secara visual dan komersial. Pelatihan ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya inovasi dan profesionalisme dalam pengelolaan usaha.

Dengan pendekatan yang partisipatif, pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas individu dan kolektif pelaku UMKM, sekaligus memperkuat ekonomi lokal melalui produk yang lebih layak bersaing di pasar regional dan nasional. Ke depan, pelatihan semacam ini dapat direplikasi di daerah lain dengan komoditas unggulan yang serupa, sehingga terjadi pemerataan peningkatan kapasitas UMKM di berbagai wilayah.

Kegiatan ini juga membuka ruang kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan komunitas pelaku usaha dalam menciptakan ekosistem pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi dan kreativitas. Dalam hal ini, kemasan bukan sekadar pembungkus, melainkan identitas dan representasi dari nilai, budaya, dan kualitas produk lokal yang layak untuk diperkenalkan ke dunia luar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pelaksanaan berupa kegiatan pelatihan dan pendampingan berbasis partisipatif. Penelitian ini berfokus pada proses pelaksanaan pelatihan desain kemasan produk UMKM kripik ubi kayu di Desa Bangun Sari dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi desain grafis, khususnya melalui aplikasi Canva dan Polotno. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara mendalam



proses perubahan yang terjadi pada peserta pelatihan, baik dari aspek pemahaman konsep desain, keterampilan teknis, maupun sikap terhadap pentingnya desain kemasan dalam strategi pemasaran produk.

Pemilihan lokasi di Desa Bangun Sari didasarkan pada identifikasi awal bahwa wilayah ini memiliki potensi produk lokal berupa kripik ubi kayu yang telah diproduksi secara tradisional oleh beberapa pelaku UMKM, namun masih memiliki kelemahan dalam aspek kemasan dan pemasaran. Subjek penelitian adalah 20 orang pelaku UMKM yang secara aktif memproduksi dan menjual kripik ubi kayu. Data dikumpulkan melalui observasi selama kegiatan pelatihan berlangsung, wawancara dengan peserta, dokumentasi aktivitas pelatihan, serta penilaian terhadap hasil desain yang dibuat oleh peserta setelah mengikuti pelatihan.

Pelatihan dilaksanakan secara langsung selama dua hari di balai desa dengan pembagian waktu untuk penyampaian materi, demonstrasi penggunaan aplikasi, praktik mandiri, dan sesi evaluasi. Materi yang disampaikan mencakup pengenalan prinsip dasar desain kemasan, pemanfaatan elemen visual (warna, tipografi, gambar, logo), dan praktik langsung menggunakan Canva dan Polotno. Peserta diberi kesempatan untuk merancang desain kemasan produk mereka sendiri berdasarkan karakteristik produk kripik ubi kayu yang mereka miliki.

Untuk memperoleh data yang akurat dan mendalam, peneliti melakukan wawancara semi-terstruktur kepada beberapa peserta terpilih guna menggali pengalaman mereka selama mengikuti pelatihan, termasuk tantangan yang dihadapi dan perubahan yang dirasakan dalam cara mereka memandang pentingnya kemasan. Observasi dilakukan untuk mencatat keterlibatan peserta, proses belajar, serta kemampuan mereka dalam mengoperasikan aplikasi desain secara mandiri. Seluruh proses dokumentasi, termasuk hasil desain sebelum dan sesudah pelatihan, digunakan sebagai bahan analisis kualitatif untuk menilai efektivitas pelatihan.

Analisis data dilakukan dengan cara mengolah informasi dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian disusun menjadi narasi yang menggambarkan proses pelatihan, perubahan yang terjadi pada peserta, dan dampak dari kegiatan tersebut. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi, yakni dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang utuh mengenai dampak pelatihan desain kemasan berbasis teknologi terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM lokal, serta menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasi di wilayah lain.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Literasi Desain Peserta Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan desain kemasan ini menunjukkan hasil positif dalam peningkatan literasi visual dan digital peserta. Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Bangun Sari belum pernah menggunakan perangkat lunak desain, bahkan belum mengenal konsep dasar desain kemasan yang baik. Mereka umumnya mengandalkan kemasan plastik polos dengan label tulisan tangan atau stiker seadanya yang tidak mencerminkan identitas produk dan merek.

Setelah pelatihan, peserta mampu memahami pentingnya desain sebagai bagian dari strategi pemasaran. Mereka belajar bagaimana desain yang menarik mampu menciptakan persepsi positif konsumen, bahkan sebelum mencicipi produk. Hal ini sejalan dengan temuan Madyoratri dan Sari (2024) yang mengungkapkan bahwa pelaku UMKM yang terpapar pelatihan desain menjadi lebih sadar akan fungsi kemasan sebagai media komunikasi visual produk mereka. Pengetahuan baru ini menjadi bekal penting untuk mengubah pola pikir peserta dari sekadar “menjual produk” menjadi “menjual pengalaman visual dan cerita produk”.

Penguasaan Teknologi Canva dan Polotno oleh Pelaku UMKM

Salah satu fokus utama pelatihan ini adalah memperkenalkan dua aplikasi desain berbasis digital, yaitu Canva dan Polotno. Canva dipilih karena sifatnya yang user-friendly dan menyediakan banyak template, sedangkan Polotno diperkenalkan sebagai alternatif ringan dan fleksibel bagi peserta yang ingin desain lebih personal tanpa banyak batasan.

Peserta pelatihan lebih cepat menguasai Canva karena tampilan antarmukanya intuitif dan memiliki berbagai pilihan elemen desain seperti ikon, font, dan layout. Sebagaimana dijelaskan oleh Ginting dan Thania (2025), Canva menjadi media belajar desain yang efektif bagi pelaku usaha kecil karena kemudahan penggunaannya serta hasil desain yang menyerupai profesional. Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa 85% peserta mampu menyusun desain label lengkap menggunakan Canva, mulai dari pemilihan warna, tata letak nama produk, komposisi bahan, hingga logo UMKM mereka.

Sementara itu, Polotno menarik minat peserta yang sudah sedikit lebih berpengalaman dan ingin mengeksplorasi desain secara manual. Polotno memungkinkan mereka membuat desain tanpa batasan template dan koneksi akun, yang dianggap menguntungkan bagi peserta dengan



koneksi internet terbatas. Dalam konteks ini, kehadiran dua aplikasi tersebut memberikan fleksibilitas pilihan sesuai kemampuan dan kenyamanan peserta.

Hasil Desain Kemasan Produk Kripik Ubi Kayu

Hasil desain yang dihasilkan peserta menunjukkan peningkatan kualitas visual yang signifikan. Rata-rata desain sudah memuat elemen penting kemasan seperti nama produk, logo, deskripsi produk, informasi komposisi, kontak usaha, dan simbol halal. Beberapa peserta bahkan telah menambahkan QR code yang mengarah ke akun media sosial atau toko online mereka.

Berikut adalah salah satu contoh hasil desain kemasan menggunakan Canva:



Gambar 1. Desain oleh peserta

Desain ini menampilkan dominasi warna coklat dan kuning untuk merepresentasikan kesan gurih dan renyah dari kripik ubi kayu. Terdapat nama merek di bagian atas, slogan di bawah nama, dan visualisasi produk yang menarik di bagian tengah. Label juga menyertakan informasi berat bersih, serta logo halal.

Temuan ini mendukung studi Zettira et al. (2022) yang menyatakan bahwa pelatihan menggunakan Canva mampu meningkatkan daya kreativitas pelaku UMKM, terutama dalam memilih warna, tata letak, dan elemen desain lainnya yang sesuai dengan karakteristik produk. Selain itu, hasil desain menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya konsistensi visual, keterbacaan font, serta keseimbangan antara teks dan gambar.

Transformasi Pola Pikir Pelaku UMKM terhadap Branding



Salah satu dampak paling nyata dari pelatihan ini adalah perubahan cara pandang peserta terhadap branding dan pemasaran. Sebelumnya, kemasan dianggap hanya sebagai pembungkus produk. Namun setelah pelatihan, peserta menyadari bahwa kemasan adalah wajah dari produk mereka. Mereka mulai membicarakan istilah “citra merek”, “keunikan visual”, dan “konsumen modern” dalam diskusi kelompok.

Transformasi ini sesuai dengan temuan Nurbadillah et al. (2025) yang menegaskan bahwa inovasi desain grafis secara signifikan memperkuat citra dan branding produk UMKM. Kemasan yang dirancang secara profesional memberikan kesan kualitas yang lebih tinggi dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Beberapa peserta mulai mengembangkan ide desain yang disesuaikan dengan karakteristik pasar. Misalnya, produk yang ditujukan untuk oleh-oleh wisata dikemas dengan gaya etnik lokal dan menampilkan motif khas Sumatera. Sementara produk yang dipasarkan secara daring menggunakan desain yang lebih modern dan minimalis.

Respons Peserta dan Dampak Jangka Pendek Pelatihan

Hasil wawancara dan diskusi pasca pelatihan menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa puas dan termotivasi untuk segera menerapkan desain baru pada kemasan mereka. Mereka mengaku lebih percaya diri untuk bersaing di pasar yang lebih luas, termasuk melalui e-commerce dan media sosial. Bahkan, beberapa peserta telah mencetak desain mereka dalam bentuk stiker dan mulai memasarkan produknya dengan tampilan kemasan baru.

Pratiwi, Aprilyanti, dan Andalia (2024) mencatat bahwa pelatihan berbasis kebutuhan lokal seperti ini mendorong motivasi internal pelaku UMKM dan menciptakan semangat untuk berinovasi. Hal serupa juga ditemukan oleh Mukti et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan desain grafis berperan besar dalam memperbaiki strategi promosi visual produk di Desa Ploso.

Keberhasilan pelatihan juga ditandai dengan peningkatan minat peserta terhadap pemasaran digital. Sebagian besar peserta sebelumnya belum memiliki akun media sosial bisnis. Namun setelah pelatihan, mereka terdorong untuk mengunggah desain kemasan ke platform seperti Instagram dan Facebook, sebagai bentuk promosi digital awal.

Kemasan sebagai Strategi Pemasaran Digital UMKM



Dalam konteks transformasi digital UMKM, kemasan yang menarik dan informatif merupakan elemen penting untuk memperkuat strategi pemasaran berbasis digital. Menurut Febrianti et al. (2025), digitalisasi UMKM harus mencakup semua aspek branding, termasuk tampilan visual produk yang akan ditampilkan di platform online. Oleh karena itu, pelatihan ini memberikan fondasi yang kuat bagi peserta untuk masuk ke dunia pemasaran digital dengan lebih siap.

Adviany et al. (2023) juga menegaskan pentingnya penguatan aspek visual dan digitalisasi sebagai upaya mendorong kemandirian UMKM. Mereka menemukan bahwa pelaku usaha yang mendapatkan pelatihan digital cenderung lebih aktif dalam mengeksplorasi pasar online dan membangun identitas merek yang kuat melalui kemasan dan promosi daring.

Desain yang dihasilkan peserta dalam pelatihan ini menunjukkan potensi untuk dipromosikan tidak hanya secara lokal, tetapi juga secara nasional. Sebagai contoh, desain yang mengangkat elemen lokal Desa Bangun Sari dapat digunakan sebagai strategi storytelling visual yang mampu menarik konsumen dari luar daerah.

Relevansi Pelatihan dengan Tren Inovasi Produk Kuliner Tradisional

Dalam era digital, produk kuliner tradisional dituntut untuk lebih inovatif agar tetap relevan di tengah persaingan pasar. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah pada desain kemasan. Pelatihan ini membuktikan bahwa pelaku UMKM dapat berinovasi secara visual tanpa harus mengubah resep atau bentuk produk, tetapi cukup dengan memperbaharui kemasan mereka agar sesuai dengan selera pasar modern.

Yudhistira dan Daryana (2025) menyatakan bahwa inovasi dalam manajemen produk kuliner tradisional dapat dilakukan dengan memodifikasi kemasan dan cara penyajian tanpa meninggalkan nilai-nilai budaya. Dalam hal ini, kripik ubi kayu sebagai produk tradisional mendapatkan nilai tambah hanya dari pembaruan pada aspek desain visual, tanpa mengubah bahan baku atau proses produksi.

Pelatihan Sebagai Intervensi Pemberdayaan yang Berkelanjutan

Kegiatan pelatihan ini tidak hanya berdampak secara teknis, tetapi juga secara sosial dan ekonomi. Peserta merasa lebih dihargai dan percaya diri karena mendapatkan ilmu baru yang dapat langsung diterapkan. Pelatihan menjadi sarana pemberdayaan yang menjembatani pelaku UMKM dengan dunia digital dan tren pasar masa kini.



Hal ini senada dengan temuan Diantika dan Nadhiroh (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan desain produk berbasis Canva dapat meningkatkan keterlibatan pelaku usaha dalam pengambilan keputusan pemasaran. Dengan desain yang lebih profesional, UMKM juga memiliki peluang lebih besar untuk menjalin kemitraan dengan distributor modern, toko oleh-oleh, atau bahkan ekspor.

Kegiatan ini pun menjadi ruang kolaboratif antara akademisi, pemerintah desa, dan masyarakat. Sebagaimana disampaikan oleh Madyoratri dan Sari (2024), kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan adalah kunci sukses pelatihan yang berdampak jangka panjang.

Secara umum, pelatihan desain kemasan menggunakan Canva dan Polotno di Desa Bangun Sari mampu meningkatkan literasi visual, keterampilan teknologi, dan kesadaran branding pelaku UMKM. Pelatihan ini menjadi bukti bahwa intervensi sederhana berbasis teknologi dapat memberikan perubahan nyata dalam pengembangan usaha kecil di tingkat desa. Kemasan yang menarik tidak hanya meningkatkan nilai estetika, tetapi juga membawa dampak ekonomi melalui perluasan pasar dan promosi digital.

Oleh karena itu, pelatihan serupa perlu diperluas dan dikembangkan sebagai program pendampingan berkelanjutan yang terintegrasi dengan pengembangan produk, pemasaran digital, dan inovasi bisnis lainnya.

KESIMPULAN

Pelatihan desain kemasan produk UMKM kripik ubi kayu khas Desa Bangun Sari menggunakan aplikasi Canva dan Polotno telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam menciptakan kemasan yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Melalui proses pelatihan yang partisipatif dan aplikatif, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan teknis dalam menggunakan perangkat lunak desain, tetapi juga mengalami perubahan pola pikir terhadap pentingnya kemasan sebagai bagian dari strategi branding dan pemasaran produk.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu menghasilkan desain kemasan yang lebih profesional, memuat identitas produk yang kuat, serta mendukung daya saing produk di pasar lokal maupun digital. Pelatihan ini juga berhasil mendorong peserta



untuk lebih aktif dalam mengembangkan strategi promosi berbasis visual dan digital, serta membuka peluang untuk ekspansi usaha secara berkelanjutan.

Dengan demikian, kegiatan pelatihan ini menjadi model intervensi yang relevan untuk diterapkan di berbagai wilayah lain dengan potensi UMKM serupa. Dukungan berkelanjutan melalui pendampingan teknis dan akses terhadap sumber daya desain akan sangat diperlukan guna memastikan transformasi ini tidak berhenti pada pelatihan semata, tetapi berkembang menjadi bagian integral dari penguatan ekonomi desa berbasis kreativitas dan teknologi.

REFERENSI

- Madyoratri, M. H. P., & Sari, I. R. K. (2024). Menuju Kemasan Produk UMKM yang Menarik dan Informatif: Pelatihan Desain Kemasan di Desa Galengdowo. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 30-35. <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/jipm/article/view/1182>
- Pratiwi, I., Aprilyanti, S., & Andalia, W. (2024). Pelatihan Pengembangan Produk UMKM di Kecamatan Sako Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 8(1), 1-6. <https://ejournal.uigm.ac.id/index.php/PGM/article/view/3568>
- Ginting, S. H. N., & Thania, S. T. (2025). Pelatihan Desain Produk Keripik UD. Kreasi Lutvi Menggunakan Canva. *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 66-72. <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/40>
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99-105. <http://jurnal.stkipkusumanegara.ac.id/index.php/japd/article/view/1524>
- Febrianti, D. A., Vitasari, D. N., Simbolon, E. S., & Roidah, I. S. (2025). The PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN DIGITALISASI UMKM ANEKA KERIPIK SINGKONG PUTRI SARI DESA WONOKERTO, KABUPATEN JOMBANG. *PROFICIO*, 6(1), 48-53. <https://ejournal.utp.ac.id/index.php/JPF/article/view/3867>
- Adviany, I., Nuriyah, S., Zahra, F., Saumi, F., Laila, V., Subagja, I., & Zaman, M. M. B. (2023). Upaya pengembangan usaha mikro kecil menengah (umkm) keripik singkong putra



- bungsu dan dapur kelompok wanita tani (kwt) mekar saluyu menuju desa mandiri melalui digitalisasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(2), 241-250.
<http://ojs.uninus.ac.id/index.php/JPKM/article/view/2902>
- Nurbadillah, N., Wiguna, I. M., Fadlurohman, R., & Kuntari, W. (2025). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi dalam Desain Grafis sebagai Pendukung Branding UMKM. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis dan Teknologi*, 5(1), 419-426.
<https://jurnalambitek.stie-mahaputra-riau.ac.id/ojs/index.php/ambitek/article/view/271>
- Mukti, M. W., Gini, N. T., Asma, N. Z. A., Nastiti, G. R., Sabrina, R. R., Shofanida, N. A., ... & Rastyardjo, A. M. (2024). MENINGKATKAN DAYA TARIK PROMOSI UMKM DESA PLOSO MELALUI PELATIHAN DESAIN GRAFIS DENGAN CANVA. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 6(2), 135-141.
<https://ejr.umku.ac.id/index.php/JAI/article/view/2767>
- Yudhistira, P., & Daryana, A. P. (2025). Model Manajemen Inovasi Produk Kuliner Tradisional di Era Digital: Studi Kasus pada UMKM di Sumatera Utara. *Journal Central Publisher*, 3(3), 268-279.
<https://centralpublisher.co.id/jurnalcentralpublisher/index.php/Publish/article/view/372>
- Diantika, S. U., & Nadhiroh, A. Y. (2025). Pelatihan Desain Produk “Krupuk Rengginang” Berbasis Canva Untuk UMKM Di Desa Gebangan. *CivitasCare: Journal of Community Empowerment*, 1(01), 37-45.
<https://ejournal.bamala.org/index.php/civitascare/article/view/381>