



Pelatihan Perancangan Desain Kemasan Produk UMKM Keripik Pisang Menggunakan Perangkat Lunak *Canva*

Marulan Andivas ✉, Hana Triana Trisnawati, Ahmad Fadli Wijanarko, Afifah Azzahra Ramadhani, Hesna Widya Maya Sari

Universitas Balikpapan

Jl. Pupuk Raya, Gn. Bahagia, Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur 76114, Indonesia

| andivas@uniba-bpn.ac.id ✉ | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i3.2962> |

Abstrak

*Usaha Kecil Mikro Menengah merupakan kegiatan ekonomi masyarakat yang berukuran kecil di bidang usaha. Permasalahan umum dari produk UMKM adalah kemasan yang kalah bersaing dengan produk dari industri besar. Perkembangan UMKM yang saat ini meningkat pesat menjadi salah satu bentuk persaingan, bagaimana desain menjadi kesan pertama produk yang dapat lebih menarik konsumen. Desain biasanya tidak bisa memberikan gambaran detail mengenai produk, maka dari itu desain yang dibuat harus bisa memiliki daya tarik bagi pembeli. Produk UMKM yang berada di desa Karya Jaya adalah keripik pisang Ibu Sawilah. Setelah dilakukan observasi langsung ke rumah produksi, peneliti menemukan kemasan yang digunakan belum menggambarkan isi dan kurang baik dalam menjaga ketahanan produk. Peneliti melakukan perancangan kembali terhadap kemasan produk keripik pisang menggunakan perangkat lunak *canva*. Perancangan terdiri dari program pelatihan dan praktik desain kemasan yang dilaksanakan di desa Karya Jaya, kecamatan Samboja Timur. Tujuan yang diharapkan dari kegiatan pelatihan desain kemasan adalah masyarakat Desa Karya Jaya terutama pelaku UMKM dapat mengetahui seberapa pentingnya desain kemasan terhadap keputusan pembelian dan dapat menambah nilai jual produk. Kegiatan praktik desain kemasan akan menghasilkan kemasan yang baru dengan kelebihan dapat menjaga ketahanan produk dalam jangka panjang. Selain itu, pelatihan dan praktik desain kemasan yang dilakukan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat dalam bidang usaha mikro, kecil dan menengah.*

Kata Kunci: *UMKM, Desain, Kemasan, Kripik pisang, Canva*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha di Indonesia khususnya mikro menengah mengalami peningkatan secara kualitas dan kuantitas seiring dengan kebutuhan hidup dan usaha untuk meningkatkan perekonomian. Usaha Kecil Mikro Menengah merupakan kegiatan ekonomi masyarakat yang berskala kecil dalam bidang usaha (Nugrahani, 2015). UMKM dominan di Indonesia karena jumlahnya yang relatif banyak dan terdapat dalam setiap sektor (Sarfia et al., 2019). Selain itu, peranan UMKM penting dalam perekonomian di Indonesia, karena merupakan sektor yang mampu berdiri dari berbagai goncangan krisis di bidang ekonomi (Agustina et al., 2021; Widiati, 2019). UMKM telah diakui sangat penting karena peranannya dalam perekonomian Indonesia (Niode, 2019).

Permasalahan dari produk-produk yang telah dihasilkan oleh UMKM adalah kemasan yang kurang menarik dan kalah bersaing dengan produk dari industri besar (Dediek *et al.*, 2021), sehingga harga produk UMKM lebih rendah dari produk dari industri besar. Suatu kemasan dapat menciptakan kesan pertama bagi konsumen akan lebih menarik (Dede & Rifatul, 2022). Makna yang diciptakan oleh kemasan akan menjadi bahan pertimbangan konsumen saat membeli produk (Tunky & Kohardinata, 2016), karena kemasan berhadapan langsung dengan konsumen (Novita & Senoaji, 2022). Desain biasanya tidak bisa memberikan gambaran detail mengenai produk, maka dari itu desain yang dibuat harus bisa memiliki daya tarik bagi pembeli (Clara, 2021; Erlyana & Ressiani, 2020). Visual kemasan produk yang menarik menjadi hal yang sangat penting pada saat pengambilan keputusan konsumen (Shukla *et al.*, 2022). Dan kemasan harus memastikan bahwa barang yang dikirimkan aman dan menjaga makanan dalam pengembangan dalam jangka panjang (Alin & Alexandra, 2022).

Terdapat beberapa produk UMKM yang berada di Desa Karya Jaya, produk yang di pilih peneliti dalam penelitian ini adalah keripik pisang Ibu Sawilah. Produk ini pilih karena kemasan yang digunakan oleh pemilik usaha belum memberikan gambaran mengenai produk yang dihasilkan. Produk keripik pisang masih dikemas menggunakan plastik klip polos, sehingga pada kemasan tidak memberikan keterangan yang lengkap mengenai informasi bagaimana dan dimana produk tersebut diproduksi. Produk yang dikemas menggunakan plastik polos membuat nilai jual terhadap produk kalah bersaing dari produk dengan jenis yang sama, tetapi dengan kemasan yang lebih menarik. Kemasan juga dapat dikatakan kurang baik dalam melindungi produk karena bahannya yang terlalu tipis sehingga tidak bisa disimpan dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini menjadikan produk belum bisa di distribusikan lebih luas, konsumen yang membeli produk rata-rata merupakan masyarakat desa.

Beberapa permasalahan yang ada diperlukan perancangan ulang terhadap desain kemasan keripik pisang Ibu Sawilah. Perancangan ulang desain kemasan yang diberikan menggunakan kemasan yang memiliki harga terjangkau dan dapat melindungi produk dalam jangka waktu yang lebih lama (Aski *et al.*, 2020). Dengan kegiatan dan perancangan kembali diharapkan produk dapat menarik konsumen lebih banyak, dapat bersaing dengan produk dengan jenis yang sama serta distribusi produk akan lebih luas.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana metode ini menjelaskan secara rinci mengenai proses dan hasil desain yang dilaksanakan berdasarkan hasil pengamatan selama proses kegiatan berlangsung. Selain itu, tim menggunakan bantuan perangkat lunak *Canva* untuk mendesain kemasan produk keripik pisang. Kegiatan perancangan desain kemasan dilakukan oleh tim sedangkan kegiatan pelatihan dan praktik akan diikuti oleh masyarakat desa Karya Jaya.

Informasi dikumpulkan melalui pengamatan secara langsung di rumah produksi, proses pelaksanaan kegiatan pelatihan, dan studi pustaka. Terdapat beberapa prosedur yang akan dilaksanakan yaitu: (1) Melakukan observasi ke rumah produksi keripik pisang, dan pengamatan terhadap desain kemasan sebelumnya. Pengamatan ini bertujuan untuk memperoleh data terkait untuk memenuhi kriteria desain kemasan yang baik. (2) Pelaksanaan pelatihan dilakukan dengan memberikan penjelasan materi kepada pelaku UMKM bahwa kemasan merupakan faktor yang berpengaruh dalam mengambil keputusan dalam membeli. (3) Perancangan desain logo dan stiker kemasan produk

dilakukan dengan kegiatan praktik desain kemasan. Para pelaku UMKM dapat memahami tentang bagaimana kemasan memberikan gambaran mengenai produk dan dapat menambah nilai jual bukan hanya berfungsi sebagai pelindung produk. (4) Melaksanakan praktik desain kemasan, program ini diharapkan akan memberikan pengetahuan bagi pelaku UMKM bagaimana cara mendesain kemasan untuk produk mereka.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi secara langsung kepada mitra, diperoleh informasi bahwa kemasan keripik pisang yang digunakan berupa plastik klip polos yang dapat menampung keripik pisang seberat 1 kg. Produk olahan keripik pisang tersebut dikenal oleh masyarakat desa Karya Jaya dengan nama "Keripik Pisang Ibu Sawilah". Pada kemasan tidak tercantum nama produk dan informasi mengenai tempat pembuatan produk, seperti yang terlihat pada [Gambar 1](#).



Gambar 1. Produk Keripik Pisang Kemasan Lama

3.1. Kegiatan 1: Pelatihan Desain Kemasan

Tahapan pertama yang dilakukan dalam perancangan desain kemasan adalah dengan memberikan pelatihan desain kemasan. Pelatihan desain kemasan dilakukan dengan memperkenalkan bahwa kemasan dapat mempengaruhi penjualan produk ([Noviadji, 2014](#)) dan bagaimana kemasan dapat menambah nilai jual dari produk. Pelatihan ini juga memberikan penjelasan tentang bagaimana pelayanan yang tepat bagi konsumen. Materi tambahan memaparkan bahwa pelayanan terbaik belum tentu disukai oleh konsumen. Maka dari itu dijelaskan bagaimana pelayanan yang disukai oleh konsumen yaitu pelayanan yang tepat dan sesuai dengan kondisi konsumen.

Pelatihan ini dilakukan untuk melihat seberapa penting desain kemasan bagi para pelaku UMKM di Desa Karya Jaya. Hasil dari pelatihan adalah sebagian pelaku UMKM di Desa Karya Jaya masih menganggap desain kemasan merupakan hal yang kurang penting, dimana kemasan hanya bertujuan untuk melindungi produk tanpa menambah nilai jual dari produk. Maka dari itu diperlukan tindak lanjut dengan memberikan praktik kepada pelaku UMKM mengenai cara mendesain kemasan untuk produk yang mereka hasilkan.

Pelatihan dilaksanakan di gedung poskesdes desa Karya Jaya, kecamatan Samboja Timur. Pelatihan dihadiri oleh Ketua PKK beserta anggota PKK, pelaku UMKM dan masyarakat Desa Karya Jaya. Kegiatan pelatihan dapat dilihat pada [Gambar 2](#).



Gambar 2. Pelatihan Desain Kemasan

3.2. Kegiatan 2: Perancangan Desain Kemasan

Tahapan selanjutnya setelah melakukan pelatihan desain kemasan adalah merancang desain kemasan yang baru untuk produk keripik pisang. Perancangan desain kemasan dilakukan menggunakan perangkat lunak *Canva*, karena merupakan salah satu perangkat lunak yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Kemasan yang baru dirancang dengan meminimalisir modal yang dikeluarkan tetapi tetap menarik dan dapat melindungi produk dalam jangka panjang. Perancangan desain kemasan dilakukan terlebih dahulu oleh peneliti sebelum diberitahukan kepada pelaku usaha keripik pisang

Bahan kemasan yang baru akan menggunakan *standing pouch* dengan ukuran 20 x 29 cm. Kemasan *standing pouch* digunakan karena harga yang ekonomis dan memiliki kualitas yang baik, sistem klip lebih kuat daripada plastik klip polos. Selain itu, hasil akhir pada kemasan yang baru akan direkatkan kembali pada bagian atas *standing pouch*, sehingga kemasan dapat menjaga ketahanan produk lebih lama.

Keripik pisang yang dibuat oleh masyarakat desa belum memiliki nama brand, dengan pemberian nama brand "Sawilah" maka akan tetap mempertahankan pasar yang sudah ada di Desa Karya Jaya. "Sawilah" diambil dari produk yang dikenal oleh masyarakat desa yaitu "Keripik Pisang Ibu Sawilah". Pemberian nama brand akan lebih memudahkan konsumen dalam mengenal produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Saat membaca nama brand tersebut maka konsumen akan langsung mengetahui bahwa produk tersebut diproduksi oleh Ibu Sawilah.

Desain kemasan yang baru akan menggunakan warna dominan kuning. Warna kuning menggambarkan warna dari buah pisang yang merupakan bahan baku untuk menghasilkan keripik pisang. Warna kuning juga memberikan efek peningkatan nafsu makan bagi seseorang yang melihatnya, sehingga konsumen dapat membayangkan kelezatan dari keripik pisang. Selain itu, warna kuning yang cerah dapat menarik pandangan konsumen untuk melihat produk. Warna kemasan yang baru dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Desain Stiker dan Logo Kemasan Baru

Pembuatan logo dimaksudkan sebagai identitas dari produk keripik pisang. Logo diambil dari nama *brand* dan dipilih simbol digunakan inisial dari kata “Sawilah” yaitu huruf “S”. Pemilihan warna kuning pada huruf “S” juga dimaksudkan untuk menggambarkan bahwa keripik pisang berwarna kuning. Di samping logo diberikan gambar buah pisang sebagai simbol bahan baku dari keripik.

3.3. Kegiatan 3: Praktik Desain Kemasan

Setelah pembuatan desain kemasan yang baru untuk produk, tim pengabdian melaksanakan program praktek desain kemasan. Program praktek desain kemasan memberikan cara-cara mendesain kemasan menggunakan perangkat lunak *Canva*, sehingga pelaku UMKM dapat mendesain kemasan secara mandiri di masa yang akan datang. Sekaligus dalam praktik ini peneliti memberikan tips agar kemasan dapat menjaga ketahanan produk lebih lama. Kemasan yang menjaga kualitas produk akan menjadi salah satu bentuk persaingan terhadap produk dengan jenis yang sama.

Tujuan dari program ini adalah untuk membantu pelaku UMKM berkreasi seluas mungkin dalam mendesain kemasan untuk produk yang dihasilkan. Selain itu tidak hanya mendesain kemasan, pelaku UMKM dapat membuat desain brosur yang dapat membantu mempromosikan produk yang dihasilkan. Praktik desain kemasan ini dilaksanakan di Kantor Sekretariat PKK desa Karya Jaya, kecamatan Samboja Timur. Kegiatan ini dihadiri oleh Ketua PKK beserta anggota PKK dan pelaku UMKM yang berada di desa Karya Jaya, seperti pada **Gambar 4**.



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan Desain Kemasan

Hasil perancangan desain kemasan produk keripik pisang, kemasan yang baru telah dilapisi dengan stiker yang berisi gambaran tentang produk. Bagian atas kemasan direkatkan kembali untuk menjaga produk agar tetap renyah sampai ke tangan konsumen, sehingga kualitas produk akan terjaga jika di distribusikan lebih luas. Dalam stiker ditambahkan nomor telepon dan alamat rumah produksi dengan maksud memudahkan konsumen saat pemesanan dan pembelian Keripik Pisang Sawilah. Produk kemasan akhir hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat disajikan pada [Gambar 5](#).



Gambar 5. Produk Kemasan Kripik Pisang

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang *labelling* dan *packaging* ini sejatinya telah banyak dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat, seperti kegiatan oleh ([Aski et al., 2020](#); [Candraningrat et al., 2018](#)) tentang upaya meningkatkan nilai produk olahan hasil UMKM dan industri rumah tangga. Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, maka kegiatan ini telah terlaksana dengan baik dan sesuai dengan tujuan kegiatan yang telah direncanakan. Perlu pendampingan secara berkelanjutan terhadap mitra tentang inovasi produk dan pemasarannya.

4. Kesimpulan

Keegiatan pengabdian kepada masyarakat telah terlaksana dengan baik dan tujuannya telah tercapai. Berdasarkan hasil pengamatan secara langsung kemasan pada produk keripik pisang perlu dilakukan perancangan ulang. terdapat beberapa hal yang perlu diubah, seperti kemasan tidak mencantumkan nama produk dan kemasan tidak dapat menjaga ketahanan produk dalam jangka panjang. Perancangan yang dilakukan adalah dengan melaksanakan pelatihan desain kemasan dan praktik desain kemasan bagi para pelaku UMKM. Perancangan desain kemasan yang baru dilakukan dengan pemilihan nama brand untuk produk, pemilihan warna dan logo pada kemasan. Sebelumnya produk keripik pisang dikenal dengan “Keripik Pisang Ibu Sawilah”, maka peneliti memilih nama brand “Sawilah”. Pemilihan warna pada kemasan akan dominan warna kuning untuk melambangkan warna dari produk. Pembuatan logo yang akan digunakan sebagai identitas produk dipilih huruf “S” yaitu inisial dari kata “Sawilah”. Dalam kemasan yang baru akan ditambahkan nomor telepon dan alamat rumah produksi agar konsumen dapat lebih mudah untuk memesan Keripik Pisang Sawilah. Setelah tahapan dalam perancangan desain kemasan dilakukan hasil akhirnya kemasan baru akan dilapisi dengan stiker yang berisi gambaran mengenai produk.

Acknowledgement

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Balikpapan, Bapak Parijo selaku Kepala Desa beserta perangkat desa Karya Jaya, seluruh masyarakat Desa Karya Jaya, dan semua pihak yang telah membantu pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Karya Jaya.

Daftar Pustaka

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
- Alin-Ionuț HOSU, Alexandra-Ioana GLOGOVETAN, C. B. P. (2022). Consumers' Perceptions Of Food Sustainable Design Packaging: A Systematic Literature Review. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 22(2), 407–416.
- Aski Safarizki, H., & Sri Lestari, M. (2020). Optimalisasi Kemasan Raos Eca Dalam Peningkatan Promosi dan Nilai Jual Produk. *Surya Abdimas*, 4(2), 53-62. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v4i2.599>
- Candraningrat, C., Adrianto, Y. R., & Wibowo, J. (2018). Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Kelompok Tani Elok Mekar Sari Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(01).
- Clara, C. (2021). Pengaruh Desain Dan Manfaat Kemasan Terhadap Minat Pembelian FMCG. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 19(1), 01–24. <https://doi.org/10.32524/jkb.v19i1.109>
- Dede Nur Khomariyah, Rifatul Masrikhiyah, R. R. (2022). Penyuluhan Pengembangan Bentuk Kemasan Produk Keripik Pisang untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Pelaku UMKM di Desa Banjarharjo, Brebes. *Profesional Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 8–15.
- Dediek Tri Kurniawan, Inanda Shinta Anugrahani, Arum Prasasti, R. F. (2021). Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Gajahrejo dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(8).
- Erlyana, Y., & Ressiani. (2020). Perancangan Buku Desain Kemasan "Basic of Packaging". *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(02), 160–172. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3390>
- Niode, I. Y. (2019). Sektor UMKM di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, 2(1), 1–10.
- Noviadji, B. R. (2014). Desain kemasan tradisional dalam konteks kekinian. *Artika*, 1(1), 10–21.
- Novita, D., & Senoaji, F. (2022). Peran Merek dan Packing dalam Penjualan Keripik Pisang Kekinian di Surabaya. *Jurnal ADIPATI: Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Aplikasi Teknologi*, 01(01).
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.

- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1-189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Shukla, P., Singh, J., & Wang, W. (2022). The influence of creative packaging design on customer motivation to process and purchase decision. *Journal of Business Research*, 147, 338-347. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.026>
- Tunky, H., & Kohardinata, C. (2016). Perancangan Desain Kemasan Pada Merk Keripik Pisang Bananation di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 8.
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76.