

Pendampingan Pembuatan Desain Kemasan Produk Bagi Kelompok Wanita Tani Desa Air Satan

Kiki Fitaloka¹, Eli Suryani², Restu³, Fahri Akbar Saputra⁴

^{1,2,3,4}Desain Komunikasi Visual/Ekonomi & Bisnis, Universitas PGRI Silampari

E-mail: kikifitaloka99@gmail.com

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengatasi permasalahan kemasan produk Kelompok Wanita Tani Desa Air Satan yang masih sederhana dan belum memenuhi standar kemasan modern. Permasalahan utama meliputi keterbatasan keterampilan desain grafis, ketiadaan identitas merek yang konsisten, serta minimnya pemahaman terhadap regulasi kemasan pangan. Metode yang digunakan adalah pendampingan langsung dan kolaboratif dengan platform Canva sebagai media desain, dilaksanakan pada Oktober 2025 dengan melibatkan 18 anggota kelompok. Hasil kegiatan menunjukkan terciptanya enam template desain kemasan untuk produk unggulan, satu logo sebagai identitas brand, serta tujuh desain kemasan yang berhasil dibuat langsung oleh peserta. Evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pemahaman dari 6% menjadi 83% dengan kategori "Sangat Baik". Kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas anggota kelompok dalam bidang desain grafis digital dan memberikan solusi praktis untuk meningkatkan daya saing produk di pasar.

Kata kunci: desain kemasan, kelompok wanita tani, identitas brand, Canva, UMKM.

Abstract

This community service program aims to address the packaging problems of the Women Farmers Group in Air Satan Village, which are still simple and do not meet modern packaging standards. The main problems include limited graphic design skills, lack of consistent brand identity, and minimal understanding of food packaging regulations. The method used is direct and collaborative mentoring with the Canva platform as a design medium, implemented in October 2025 involving 18 group members. The results show the creation of six packaging design templates for superior products, one logo as a brand identity, and seven packaging designs successfully created directly by participants. Pre-test and post-test evaluation showed an increase in understanding from 6% to 83% with the "Very Good" category. This activity successfully increased the capacity of group members in the field of digital graphic design and provided practical solutions to increase product competitiveness in the market.

Keywords: packaging design, women farmers group, brand identity, Canva, SMEs

1. PENDAHULUAN

Kelompok Wanita Tani Desa Air Satan merupakan organisasi pemberdayaan perempuan di Kecamatan Muara Beliti, Kabupaten Musi Rawas yang beranggotakan 20 ibu rumah tangga aktif mengembangkan usaha produktif di bidang pengolahan pangan lokal. Kelompok ini secara rutin memproduksi berbagai produk olahan hasil pertanian yang meliputi stik bayam hijau dan merah, keripik bayam merah dan hijau, kremes pepaya, serta manisan pepaya. Kapasitas produksi mencapai rata-rata 100 kemasan per bulan untuk setiap jenis produk dengan memanfaatkan rumah salah satu anggota sebagai tempat produksi bersama.

Dalam konteks pengembangan usaha mikro kecil menengah, kemasan produk memiliki peran strategis sebagai media komunikasi visual yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, namun juga sebagai alat

pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen [1]. Menurut Klimchuk dan Krasovec, desain kemasan yang efektif harus mempertimbangkan aspek visual, struktural, dan informasi produk untuk menciptakan daya tarik di rak penjualan [2]. Hal ini sejalan dengan temuan Safara et al. yang menyatakan bahwa identitas merek yang konsisten dapat meningkatkan pengenalan merek hingga 80 persen dan membantu konsumen mengingat produk dengan lebih baik dalam jangka panjang [3].

Penelitian Susetyarsi menunjukkan bahwa kemasan produk ditinjau dari bahan kemasan, bentuk kemasan, dan pelabelan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan kontribusi sebesar 45,8% [4]. Temuan ini mengonfirmasi pentingnya desain kemasan yang profesional dalam meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, beberapa program pengabdian serupa telah dilakukan sebelumnya dengan hasil positif. Bahri et al. melaksanakan pelatihan desain kemasan (packaging) dan digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM Kapanewon Turi yang berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mendesain kemasan produk, dengan hasil evaluasi menunjukkan 85% peserta mampu membuat desain kemasan yang menarik dan sesuai standar [5].

Khusus untuk kelompok wanita tani, Wulandari dan Iskandar melakukan pemberdayaan melalui pemanfaatan pekarangan dengan budidaya sayuran organik, yang menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif efektif meningkatkan kapasitas kelompok dalam mengembangkan usaha produktif dengan peningkatan pendapatan rata-rata 35% [6]. Program serupa yang mengintegrasikan aspek produksi dan pemasaran terbukti lebih berkelanjutan dibandingkan program yang hanya fokus pada satu aspek.

Penggunaan platform desain digital seperti Canva terbukti efektif untuk pembelajaran desain bagi pemula. Penelitian Isnaini et al. menunjukkan bahwa pelatihan desain menggunakan aplikasi Canva efektif meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat desain grafis, dimana seluruh peserta (100%) dapat mengoperasikan aplikasi Canva dan mampu membuat desain sesuai kebutuhan mereka [7]. Platform ini dipilih karena interface yang user-friendly, tidak memerlukan instalasi software khusus, dan dapat diakses melalui berbagai perangkat termasuk smartphone.

Dari aspek branding, Tjiptono menyatakan bahwa identitas merek yang konsisten merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran yang dapat membangun loyalitas pelanggan jangka panjang [9]. Sementara itu, Rangkuti menambahkan bahwa strategi promosi yang kreatif harus didukung dengan komunikasi pemasaran terpadu, dimana desain kemasan menjadi salah satu elemen kunci dalam [10].

Permasalahan utama yang dihadapi Kelompok Wanita Tani Desa Air Satan adalah kemasan produk yang masih sangat sederhana dan belum memenuhi standar kemasan produk pangan modern. Kemasan saat ini menggunakan plastik klip transparan dengan label yang ditempelkan menggunakan desain sederhana dengan dominasi warna hijau muda. Meskipun sudah ada upaya memberikan identitas melalui label, desain yang digunakan masih terkesan kurang profesional dari segi komposisi visual, pemilihan tipografi, dan kualitas grafis secara keseluruhan.

Analisis situasi yang dilakukan mengidentifikasi tiga permasalahan prioritas yang perlu diselesaikan. Pertama, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat desain kemasan yang menarik dan profesional. Seluruh anggota tidak memiliki latar belakang pendidikan atau pelatihan di bidang desain grafis sehingga tidak mampu merancang kemasan sesuai standar pasar modern. Kedua, belum adanya identitas merek yang kuat dan konsisten untuk produk-produk kelompok. Tidak ada nama brand kolektif yang merepresentasikan kelompok secara keseluruhan, tidak ada logo yang menjadi identitas visual, dan tidak ada standar desain yang diterapkan secara konsisten di semua produk. Ketiga, minimnya pemahaman tentang regulasi dan persyaratan informasi yang wajib dicantumkan dalam kemasan produk pangan sesuai Peraturan Menteri Perindustrian dan Standar Nasional Indonesia [16].

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan solusi komprehensif terhadap permasalahan tersebut melalui pendampingan intensif pembuatan desain kemasan menggunakan platform Canva, pengembangan sistem identitas visual yang

terstandardisasi, serta edukasi tentang kepatuhan terhadap regulasi kemasan pangan. Tujuan akhir program adalah meningkatkan daya saing produk Kelompok Wanita Tani melalui perbaikan kemasan yang menarik, dan memenuhi standar regulasi sehingga dapat membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota kelompok.

2. METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini menerapkan pendekatan partisipatif melibatkan seluruh pihak terkait melalui dua metode utama. Pertama, metode pendampingan langsung dimana tim pendamping membantu pembuatan desain kemasan produk KWT dengan melibatkan anggota secara aktif dalam diskusi dan memberikan masukan [12]. Kedua, metode kolaboratif yang mendorong partisipasi aktif anggota KWT dalam proses desain, sementara tim pendamping berperan sebagai fasilitator mengakomodasi ide untuk menghasilkan desain sesuai kebutuhan [13]. Evaluasi berkelanjutan diterapkan sepanjang program melalui observasi partisipatif terhadap keterlibatan dan kemajuan peserta serta diskusi informal untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi.

Pelaksanaan program ini dirancang secara sistematis melalui tiga fase utama yang saling berkaitan untuk memastikan pencapaian tujuan secara optimal. Fase pertama dilakukan rapat koordinasi tim untuk memastikan seluruh anggota tim memahami peran dan tanggung jawab masing-masing, dilanjutkan dengan pembagian tugas yang detail dan terintegrasi, meliputi observasi lapangan untuk memahami konteks usaha mitra, pengumpulan data baseline melalui wawancara mendalam, identifikasi permasalahan spesifik yang dihadapi masing-masing anggota, dokumentasi kondisi existing terutama kemasan yang selama ini digunakan, serta analisis situasi awal yang komprehensif sebagai dasar untuk merancang strategi pendampingan yang efektif.



Gambar 1. Rapat bersama Tim



Gambar 2. Wawancara Bersama Ketua KWT Desa Air Saten

Berdasarkan data dan analisis yang diperoleh pada fase pertama, kegiatan dilanjutkan ke tahap implementasi. Fase kedua adalah implementasi dan pendampingan yang dilaksanakan selama dua bulan yakni September dan Oktober 2025, merupakan inti dari program yang

melibatkan interaksi langsung dan intensif dengan anggota KWT. Fase ini difokuskan pada pelaksanaan kegiatan inti tahap pertama yaitu pembuatan template desain kemasan untuk enam produk unggulan, pengadaan bahan dan perlengkapan pelatihan, koordinasi intensif dengan mitra untuk memastikan kesiapan lokasi dan peserta, serta pengurusan aspek administratif seperti izin kegiatan dan logistik.



Gambar 3. Desain Kemasan Produk Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa Air Satan

Sebagai tindak lanjut dari persiapan template desain, bulan Oktober dialokasikan untuk pelaksanaan kegiatan inti pada hari Sabtu tanggal 12 Oktober 2025 pukul 13.00 hingga 16.00 WIB dengan dihadiri oleh 18 anggota dari total 20 anggota terdaftar. Pelaksanaan dimulai dengan sesi pengenalan dan penyampaian materi tentang pentingnya desain kemasan dalam meningkatkan daya saing produk, konsep dasar desain grafis yang meliputi pemilihan warna, tipografi, dan komposisi visual, serta regulasi kemasan pangan yang berlaku di Indonesia sesuai dengan panduan Badan Pengawas Obat dan Makanan [14].



Gambar 4. Pendampingan Pembuatan Desain kemasan

Setelah seluruh rangkaian kegiatan pendampingan selesai dilaksanakan, fase ketiga adalah menyusun laporan akhir dengan mengkompilasi seluruh data yang terkumpul, serta mempersiapkan artikel ilmiah untuk publikasi di jurnal pengabdian kepada masyarakat ber-ISSN sebagai kontribusi akademik. Untuk memastikan keterlaksanaan program secara terstruktur dan tepat waktu, secara keseluruhan rangkaian kegiatan dari ketiga fase tersebut dirangkum dalam jadwal pelaksanaan berikut:

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan

No.	Nama Kegiatan	Bulan			
		Agustus	September	Oktober	November
1.	Rapat persiapan tim dan pembagian tugas				
2.	Studi literatur dan penyusunan instrumen kegiatan				
3.	Persiapan teknis pelaksanaan (pengadaan bahan, izin, logistik)				
4.	Pelaksanaan kegiatan inti tahap 1 (observasi dan pengumpulan data)				
5.	Pelaksanaan kegiatan inti tahap 2 (implementasi lapangan/pengumpulan data lanjutan)				
6.	Evaluasi dan analisis hasil kegiatan				

2.3 Metode Evaluasi

Untuk mengukur keberhasilan program pendampingan pembuatan desain kemasan produk unggulan, digunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan perhitungan persentase tingkat keberhasilan. Instrumen evaluasi yang digunakan adalah kuesioner yang dirancang berdasarkan prinsip penulisan kuesioner penelitian menurut Pujiastuti, yang menekankan pada kejelasan pertanyaan, relevansi dengan tujuan penelitian, dan kemudahan responden dalam memberikan jawaban [8]. Rumus perhitungan persentase keberhasilan menggunakan rumus persentase sederhana menurut Sudijono [14]:

$$P = (f/N) \times 100\%$$

Keterangan:

- P = Persentase keberhasilan
- f = Frekuensi jawaban "Ya" (Setuju)
- N = Jumlah responden

Kriteria keberhasilan mengacu pada kategori penilaian menurut Arikunto [15], tingkat keberhasilan program dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 2. Indikator Keberhasilan

Persentase	Kategori
81% - 100 %	Sangat Baik
61% - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup
21% - 40%	Kurang
0% - 20%	Sangat Kurang

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Kegiatan

Program Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul "Pendampingan Pembuatan Desain Kemasan Produk bagi Kelompok Wanita Tani Desa Air Satan" telah dilaksanakan pada hari Sabtu, 11 Oktober 2025, bertempat di kediaman Ketua Kelompok Wanita Tani Desa Air Satan, Kecamatan Muara Beliti, Kabupaten Musi Rawas. Kegiatan berlangsung selama tiga jam, dimulai pukul 13.00 WIB hingga 16.00 WIB dengan dihadiri oleh 18 anggota Kelompok Wanita Tani dari total 20 anggota yang terdaftar, menunjukkan tingkat partisipasi 90%.

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan pre-test untuk mengukur tingkat pemahaman awal peserta terhadap desain kemasan digital dan penggunaan aplikasi desain. Hasil pre-test menunjukkan bahwa hanya 6% (1 dari 18 peserta) yang memiliki pengetahuan dasar tentang desain kemasan digital, sementara 94% peserta lainnya belum pernah menggunakan aplikasi desain sama sekali. Hal ini mengonfirmasi permasalahan utama yang dihadapi kelompok terkait keterbatasan keterampilan desain grafis.



Gambar 5. Perkenalan dan Penyampaian Materi

Sesi berikutnya merupakan bagian inti dari kegiatan, yaitu pendampingan langsung penggunaan aplikasi Canva sebagai alat desain kemasan. Tim pengabdian telah mempersiapkan template desain kemasan untuk enam produk unggulan Kelompok Wanita Tani, meliputi keripik bayam merah dan hijau, stik bayam merah dan hijau, kremes pepaya, manisan pepaya. Template

yang dirancang telah disesuaikan dengan karakteristik masing-masing produk serta mempertimbangkan aspek estetika dan keterbacaan informasi produk. Setiap anggota Kelompok Wanita Tani yang hadir mendapatkan kesempatan untuk mengakses aplikasi Canva melalui smartphone atau laptop yang mereka bawa, dengan bantuan tim pengabdian yang mendampingi secara langsung dan memberikan penjelasan tahap demi tahap.



Gambar 6. Pengenalan Template Desain yg sudah disediakan

Proses pendampingan dilakukan dengan metode demonstrasi dan praktik langsung, di mana tim pengabdian menjelaskan fungsi setiap fitur dalam aplikasi Canva yang relevan dengan pembuatan desain kemasan. Dimulai dari cara membuka template yang telah disiapkan, mengganti teks sesuai dengan nama produk masing-masing, mengubah warna dan elemen visual, hingga menambahkan informasi produk seperti komposisi bahan, berat bersih, tanggal kadaluarsa, dan informasi kontak. Anggota Kelompok Wanita Tani menunjukkan antusiasme yang luar biasa dalam mempelajari setiap langkah, meskipun sebagian besar dari mereka adalah pengguna teknologi digital pemula. Interaksi dua arah terjalin dengan baik, di mana peserta tidak segan untuk bertanya ketika mengalami kesulitan, dan tim pengabdian dengan sabar memberikan penjelasan serta solusi atas setiap kendala yang dihadapi.



Gambar 7. Pendampingan Pembuatan Desain Kemasan

Anggota Kelompok Wanita Tani menunjukkan antusiasme yang luar biasa dalam mempelajari setiap langkah, meskipun sebagian besar dari mereka adalah pengguna teknologi digital pemula. Interaksi dua arah terjalin dengan baik, dimana peserta tidak segan untuk bertanya ketika mengalami kesulitan, dan tim pengabdian dengan sabar memberikan penjelasan serta solusi atas setiap kendala yang dihadapi. Hal ini sejalan dengan temuan Putri dan Santoso yang menyatakan bahwa pendampingan langsung lebih efektif dibandingkan pelatihan mandiri [5].

Selama sesi praktik yang berlangsung sekitar satu setengah jam, para anggota Kelompok Wanita Tani berhasil mengeksplorasi berbagai fitur Canva dan mencoba mendesain kemasan sesuai dengan kreativitas masing-masing. Beberapa anggota yang lebih cepat memahami penggunaan aplikasi bahkan mulai bereksperimen dengan mengubah layout, menambahkan elemen dekoratif, dan menyesuaikan desain dengan preferensi pribadi mereka. Hasil dari sesi ini sangat menggembirakan, tercatat sebanyak tujuh desain kemasan yang berhasil dibuat oleh anggota Kelompok Wanita Tani dengan bimbingan tim pengabdian. Setiap desain menampilkan identitas produk yang jelas, kombinasi warna yang menarik, serta informasi produk yang lengkap sesuai dengan standar kemasan pangan.



Gambar 8. Sesi Evaluasi dan Diskusi dengan KWT

Menjelang akhir kegiatan, dilakukan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Hasil post-test menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan, dimana 15 dari 18 peserta (83,3%) berhasil memahami dan mengaplikasikan materi desain kemasan digital. Ini menunjukkan peningkatan sebesar 77,3% dari kondisi awal (6%) ke kondisi akhir (83,3%). Berdasarkan kriteria penilaian Arikunto, capaian 83,3% termasuk dalam kategori "Sangat Baik", yang menandakan bahwa program pendampingan telah berjalan efektif dan berhasil mencapai tujuan yang diharapkan [16].

Tabel 3. Hasil Evaluasi Pre Test dan Post Test

Aspek Penilaian	Pre Test	Post test	Peningkatan
Pemahaman konsep desain kemasan	6%	83%	77%
Kemampuan menggunakan Canva	6%	83%	77%
Pengetahuan regulasi kemasan pangan	11%	89%	78%
Kemampuan membuat desain sendiri	6%	83%	77%
Rata-Rata	7%	85%	77%

Selain peningkatan kuantitatif, evaluasi kualitatif menunjukkan bahwa seluruh peserta merasa sangat terbantu dengan adanya kegiatan ini dan menyatakan bahwa pengetahuan yang mereka peroleh sangat aplikatif dan dapat langsung diterapkan untuk mengembangkan usaha mereka. Beberapa anggota bahkan menyampaikan keinginan untuk terus belajar dan berlatih menggunakan Canva agar dapat menghasilkan desain kemasan yang lebih variatif di masa mendatang.

3.2 Luaran

Luaran yang dihasilkan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini mencakup beberapa aspek penting yang berkontribusi terhadap peningkatan daya saing produk Kelompok Wanita Tani. Luaran pertama adalah tersedianya 6 template desain kemasan yang telah disesuaikan dengan karakteristik produk Kelompok Wanita Tani. Template-template ini dirancang dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip desain grafis yang baik, keterbacaan informasi produk, serta kepatuhan terhadap regulasi kemasan pangan yang berlaku.



Gambar 9. Salah satu Template Desain Kemasan

Setiap template mencantumkan elemen-elemen penting seperti nama produk, logo Kelompok Wanita Tani, komposisi bahan, informasi nilai gizi, berat bersih, tanggal produksi dan kadaluarsa, nomor izin edar, serta informasi kontak produsen. Desain yang dihasilkan memiliki

daya tarik visual yang kuat dengan kombinasi warna yang sesuai dengan karakter produk, tipografi yang mudah dibaca, dan layout yang terstruktur dengan baik. Hal ini sejalan dengan penelitian Ampuh et al. yang menunjukkan bahwa desain kemasan yang informatif dan menarik meningkatkan minat beli konsumen [2].

Luaran kedua adalah meningkatnya kapasitas dan keterampilan anggota Kelompok Wanita Tani dalam bidang desain grafis digital. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan, 83% peserta mengalami peningkatan pemahaman tentang pentingnya desain kemasan dalam pemasaran produk serta memiliki kemampuan dasar dalam menggunakan aplikasi Canva. Kemampuan ini merupakan aset berharga yang dapat mereka manfaatkan tidak hanya untuk mengembangkan desain kemasan, tetapi juga untuk keperluan promosi produk melalui media sosial dan platform digital lainnya. Peningkatan literasi digital ini sejalan dengan tren pemasaran modern yang semakin mengandalkan media online [8].

Luaran ketiga adalah logo Kelompok Wanita Tani Desa Air Satan yang dirancang sebagai bagian dari kegiatan ini. Logo ini menjadi luaran strategis yang memberikan identitas visual yang kuat dan konsisten untuk seluruh produk. Logo berfungsi sebagai pembeda produk Kelompok Wanita Tani dari produk sejenis di pasar, sekaligus membangun brand awareness di kalangan konsumen.



Gambar 10. Logo Untuk Semua Produk Unggulan KWT

Desain logo menggunakan kombinasi warna hijau yang melambangkan kesegaran produk pertanian, dengan tipografi yang sederhana namun elegan. Logo dirancang dengan mempertimbangkan aspek lokalitas dan nilai-nilai kearifan lokal, sesuai dengan temuan Wijaya dan Kusumawati yang menyatakan bahwa logo dengan nilai lokal memiliki daya tarik lebih tinggi [10]. Dengan adanya logo yang profesional dan mudah diingat, produk-produk Kelompok Wanita Tani diharapkan dapat lebih mudah dikenali dan dipercaya oleh konsumen.

Luaran keempat adalah tujuh desain kemasan yang berhasil dibuat oleh anggota Kelompok Wanita Tani Desa Air Satan selama sesi praktik. Desain-desain ini menunjukkan bahwa transfer pengetahuan dan keterampilan telah berlangsung dengan efektif. Desain-desain ini merupakan karya kolaboratif antara kreativitas anggota Kelompok Wanita Tani dengan bimbingan teknis dari tim pengabdian, mencerminkan pemahaman mereka terhadap prinsip-prinsip desain yang baik serta kemampuan untuk mengaplikasikannya secara praktis.



Gambar 11. Salah satu Hasil Desain Kemasan KWT

3.3 Pembahasan

Keberhasilan program ini dapat dianalisis dari beberapa aspek. Pertama, dari aspek metode pelaksanaan, pendekatan partisipatif yang diterapkan terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta. Metode pendampingan langsung dan kolaboratif memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan yang optimal karena peserta terlibat aktif dalam

setiap tahapan kegiatan. Hal ini sesuai dengan penelitian Mardikanto dan Soebiato yang menyatakan bahwa pendekatan partisipatif lebih efektif dibandingkan pendekatan instruktif dalam program pemberdayaan masyarakat [12].

Kedua, pemilihan platform Canva sebagai media desain terbukti tepat untuk konteks kelompok sasaran yang tidak memiliki latar belakang desain grafis. Interface yang intuitif dan user-friendly memudahkan peserta untuk belajar dan mempraktikkan pembuatan desain secara mandiri. Hasil ini mendukung temuan Isnaini et al. yang menunjukkan bahwa pelatihan desain menggunakan aplikasi Canva sangat efektif, dimana seluruh peserta (100%) dapat mengoperasikan aplikasi dan mampu membuat desain sesuai kebutuhan [7]. Keberhasilan dalam program ini, dimana 83% peserta mampu membuat desain kemasan, menunjukkan tingkat efektivitas yang tinggi meskipun sedikit lebih rendah dari penelitian Isnaini et al., hal ini dapat dipahami mengingat kompleksitas desain kemasan produk pangan yang harus memenuhi persyaratan regulasi lebih tinggi dibandingkan desain grafis umum.

Ketiga, penyediaan template desain yang dapat dimodifikasi memberikan starting point yang jelas bagi peserta, sekaligus memastikan bahwa desain yang dihasilkan tetap memenuhi standar regulasi kemasan pangan. Template yang telah terintegrasi dengan informasi wajib kemasan memudahkan peserta untuk fokus pada aspek kreatif tanpa khawatir melanggar regulasi. Klimchuk dan Krasovec menekankan bahwa desain kemasan yang efektif harus menyeimbangkan aspek estetika dengan fungsionalitas dan kepatuhan regulasi [2]. Pendekatan ini terbukti efektif, sebagaimana ditunjukkan oleh peningkatan pemahaman peserta terhadap regulasi kemasan pangan dari 11% menjadi 89%.

Keempat, pengembangan logo sebagai identitas brand kolektif memberikan nilai tambah yang signifikan bagi Kelompok Wanita Tani. Logo yang konsisten di semua produk membantu membangun brand recognition, sesuai dengan konsep strategi pemasaran yang dikemukakan oleh Tjiptono bahwa identitas merek yang konsisten merupakan fondasi untuk membangun loyalitas pelanggan [9]. Rangkuti menambahkan bahwa elemen visual seperti logo dan desain kemasan merupakan bagian integral dari strategi komunikasi pemasaran terpadu yang efektif [10].

Kelima, hasil evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan efektivitas program yang sangat tinggi dengan peningkatan rata-rata 76,3% dan capaian akhir 80,5% yang termasuk kategori "Sangat Baik" menurut kriteria Arikunto [15]. Peningkatan ini sejalan dengan hasil yang dicapai oleh Bahri et al. yang mencapai tingkat keberhasilan 85% peserta mampu membuat desain kemasan yang menarik dan sesuai standar dalam program pelatihan desain kemasan dan digital marketing UMKM [5]. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi metode pendampingan langsung, penyediaan template, dan penggunaan platform yang user friendly memberikan hasil optimal dalam meningkatkan keterampilan desain kemasan bagi pelaku UMKM yang tidak memiliki latar belakang desain grafis.

Dari aspek regulasi kemasan, program ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap persyaratan informasi wajib yang harus dicantumkan dalam kemasan pangan. Penelitian Susetyarsi mengonfirmasi bahwa pelabelan yang lengkap dan sesuai regulasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen [4]. Oleh karena itu, edukasi tentang regulasi kemasan pangan menjadi komponen penting dalam program ini untuk memastikan produk tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memenuhi standar keamanan pangan.

Dalam konteks pemberdayaan kelompok wanita tani, hasil program ini sejalan dengan temuan Wulandari dan Iskandar yang menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dalam pemberdayaan kelompok wanita tani efektif meningkatkan kapasitas kelompok dalam mengembangkan usaha produktif [6]. Program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis desain grafis, tetapi juga membangun kepercayaan diri peserta dalam mengembangkan produk mereka secara mandiri, sebagaimana dibuktikan dengan keberhasilan peserta membuat tujuh desain kemasan secara mandiri selama sesi praktik.

Integrasi antara pelatihan desain kemasan dengan pemahaman digital marketing, sebagaimana diterapkan oleh Bahri et al., menunjukkan potensi pengembangan program lanjutan yang dapat mengintegrasikan aspek pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar produk Kelompok Wanita Tani [5].

Namun demikian, beberapa tantangan juga ditemui selama pelaksanaan program. Pertama, perbedaan tingkat literasi digital antar peserta menyebabkan kecepatan pembelajaran yang bervariasi. Peserta yang lebih familiar dengan smartphone dapat lebih cepat memahami penggunaan Canva, sementara peserta dengan literasi digital rendah memerlukan pendampingan lebih intensif. Kedua, keterbatasan perangkat yang dimiliki peserta, dimana tidak semua peserta memiliki smartphone dengan spesifikasi memadai untuk menjalankan aplikasi Canva secara optimal.

Meskipun demikian, tingkat partisipasi yang mencapai 90% dan antusiasme peserta yang tinggi menunjukkan bahwa program ini memenuhi kebutuhan riil masyarakat sasaran. Keinginan peserta untuk terus belajar dan berlatih mengindikasikan potensi keberlanjutan program di masa mendatang.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bagi Kelompok Wanita Tani Desa Air Satan telah berhasil mencapai target luaran yang ditetapkan. Kegiatan ini menghasilkan enam template desain kemasan untuk produk unggulan, satu logo sebagai identitas brand, serta tujuh desain kemasan yang berhasil dibuat langsung oleh peserta selama sesi pendampingan.

Evaluasi pre test dan post test menunjukkan keberhasilan program yang sangat signifikan, dengan peningkatan pemahaman dari 7% menjadi 85%. Berdasarkan kriteria Arikunto, capaian 85% termasuk dalam kategori "Sangat Baik", mengonfirmasi bahwa pendekatan partisipatif dengan pendampingan langsung menggunakan platform Canva efektif untuk transfer pengetahuan dan keterampilan kepada mitra yang tidak memiliki latar belakang desain grafis.

Solusi yang ditawarkan melalui pendampingan intensif, pengembangan sistem identitas visual yang terstandarisasi, serta edukasi tentang regulasi kemasan pangan memberikan dampak positif bagi peningkatan daya saing produk Kelompok Wanita Tani. Kemasan yang menarik, dan memenuhi standar regulasi akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Identitas brand yang konsisten membantu membangun pengenalan merek di benak konsumen dan mengembangkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas PGRI Silampari yang telah memfasilitasi pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Ketua dan seluruh anggota Kelompok Wanita Tani Desa Air Satan yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini serta kepada pemerintah Desa Air Satan yang telah memberikan dukungan dan kemudahan dalam pelaksanaan program.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, P., dan Keller, K. L., 2016, *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, England.
- [2] Klimchuk, M. R., dan Krasovec, S. A., 2012, *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf*, John Wiley & Sons.
- [3] Safara, A. M., Noahdian, R. S., dan Andriyani, S., 2024, Transformasi Digital dan Desain Kemasan: Memperkuat Akses Pasar Produk Kelompok Wanita Tani Somosari, *Jurnal Abdi Insani*, vol. 11, no. 3, hal. 1169-1182. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1915>.
- [4] Susetyarsi, T., 2012, Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan dan Pelabelan pada Kemasan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang, *Jurnal STIE Semarang*, vol. 4, no. 3, hal. 19-28.
- [5] Bahri, B., Sari, N. P., dan Alamsyah, F., 2023, Pelatihan Desain Kemasan (Packaging) Dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Kapanewon Turi, *As-Sidanah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 1, hal. 15-31.

- [6] Wulandari, S., dan Iskandar, D., 2018, Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Melalui Pemanfaatan Pekarangan dengan Budidaya Sayuran Organik, *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 2, hal. 96-101.
- [7] Isnaini, K. N., Sulistiyani, D. F., dan Putri, Z. R. K., 2021, Pelatihan desain menggunakan aplikasi canva, *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, vol. 5, no. 1, hal. 291-295.
- [8] Pujiastuti, I., 2010, Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian, *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, vol. 2, no. 1, hal. 43-56.
- [9] Tjiptono, F., 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Andi Offset, Yogyakarta.
- [10] Rangkuti, F., 2013, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [11] Badan POM, 2024, Kemasan Pangan: Panduan untuk Pelaku UMKM, *Istana UMKM - Badan POM*, <https://istanaumkm.pom.go.id/regulasi/pangan/kemasan>, diakses tanggal 10 November 2025.
- [12] Mardikanto, T., dan Soebiato, P., 2013, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Alfabeta, Bandung.
- [13] Sanders, E. B. N., dan Stappers, P. J., 2008, Co-creation and the new landscapes of design, *CoDesign*, vol. 4, no. 1, hal. 5-18.
- [14] Sudijono, A., 2015, *Pengantar Statistik Pendidikan*, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- [15] Arikunto, S., 2010, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- [16] Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 24/M-IND/PER/2/2010, 2010, Pencantuman Logo Tara Pangan dan Kode Daur Ulang Pada Kemasan Pangan dari Plastik, Kementerian Perindustrian, Jakarta.