
Pemberdayaan Usaha Pangan Tradisional Melalui Pelatihan Desain Label Kemasan Menggunakan Canva

Riza Wafiq Azizah¹, Khairul Irsyadi², Raditya Adha Reflian³, Rahmat Alfi⁴, Fidia Ramadhona⁵, Izal Subandi⁶, Sigit Hariyono⁷

^{1,2,3,4,5} UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

rizawafiqazizah@gmail.com

Abstrak:

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di sektor pangan tradisional menghadapi tantangan serius dalam pemasaran produk, khususnya terkait desain kemasan yang informatif dan memenuhi standar regulasi. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi desain kemasan dan literasi digital pemilik UMKM Tahu Pak Budi, Kota Jambi, melalui pelatihan penggunaan aplikasi Canva berbasis smartphone. Pendekatan yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR) dengan kerangka kerja empat tahap: observasi, perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Kegiatan dilaksanakan pada periode Maret–April 2024 dengan melibatkan tiga peserta dari kalangan pengelola usaha. Instrumen evaluasi mencakup kuesioner *pre-test* dan *post-test* serta kuesioner kepuasan pelatihan. Hasil menunjukkan peningkatan rata-rata skor kompetensi desain sebesar 193,7%, dari 1,26 menjadi 3,70 pada skala maksimum 4,00. Tingkat kepuasan peserta mencapai rata-rata 4,76 dari 5,00. Desain label kemasan yang dihasilkan berhasil memenuhi 6 dari 8 komponen label wajib berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018, meningkat dari 0% pemenuhan pada kemasan awal. Kebaruan kegiatan ini terletak pada integrasi aspek *food safety labeling* dalam desain kemasan UMKM pangan tradisional yang bersifat perishable, penggunaan instrumen evaluasi pre-post test yang terstandar, serta orientasi transfer kapasitas mandiri jangka panjang kepada mitra.

Kata kunci: Desain kemasan; Canva; UMKM pangan tradisional; *food safety labeling*; literasi digital; pengabdian masyarakat.

Abstract:

Micro, Small, and Medium Enterprises in the traditional food sector face serious challenges in product marketing, particularly regarding packaging design that is informative and compliant with regulatory standards. This community service aimed to improve the packaging design competence and digital literacy of the owner of Tahu Pak Budi, Jambi City, through smartphone-based Canva application training. A Participatory Action Research (PAR) approach was employed with a four-stage framework: observation, planning, implementation, and evaluation. The activity was conducted during March–April 2024 involving three participants from the business management team. Evaluation instruments included pre-test and post-test questionnaires and a training satisfaction questionnaire. Results showed an average increase in design competency scores of 193.7%, from 1.26 to 3.70 on a maximum scale of 4.00. Participant satisfaction reached an average of 4.76 out of 5.00. The resulting label design fulfilled 6 of 8 mandatory label components under BPOM Regulation No. 31 of 2018, up from 0% compliance on the original packaging. The novelty of this activity lies in the integration of food safety labeling aspects in packaging design for perishable traditional food MSMEs, the use of standardized pre-post test evaluation instruments, and the long-term capacity transfer orientation toward the partner.

Keywords: Packaging design; Canva; traditional food MSME; food safety labeling; digital literacy; community service



PENDAHULUAN

Pelaku produksi di sektor pangan tradisional masih menghadapi hambatan struktural dalam hal pemasaran produk, salah satunya adalah kelemahan pada aspek desain kemasan. Kondisi ini berdampak langsung pada keterbatasan jangkauan pasar dan rendahnya daya saing produk terhadap merek-merek yang lebih mapan (Chandra et al., 2024). Kemasan yang baik bukan hanya berfungsi sebagai pelindung fisik produk, tetapi juga sebagai instrumen pemasaran yang mampu mempengaruhi persepsi konsumen dan mendorong keputusan pembelian (Rahmat & Anastasia, 2023).

Dalam perspektif pemasaran modern, kemasan telah berkembang menjadi salah satu elemen bauran pemasaran yang paling kritis. Penelitian (Addini et al., 2023) menunjukkan bahwa konsumen rata-rata hanya membutuhkan tujuh detik untuk membuat keputusan pembelian berdasarkan tampilan kemasan. Selain itu, kemasan yang informatif yang memuat nama produk, komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan informasi kontak produsen terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen. Landasan kegiatan pengabdian ini adalah peran teknologi digital dalam pemberdayaan UMKM. Transformasi digital telah membuka peluang bagi pelaku usaha kecil untuk bersaing secara lebih setara dengan usaha berskala besar. Rendahnya literasi digital—termasuk kemampuan menggunakan perangkat lunak desain—menyebabkan pelaku UMKM tidak mampu secara mandiri menghasilkan materi pemasaran visual yang profesional. Hal ini sejalan dengan temuan (Safitri et al., 2023) yang menunjukkan bahwa pelatihan desain berbasis teknologi digital secara signifikan meningkatkan kapasitas pemasaran pelaku UMKM di berbagai sektor.

Relevans Canva sebagai platform desain yang aksesibel bagi pelaku UMKM. Canva merupakan aplikasi desain grafis berbasis cloud yang dapat diakses secara gratis melalui perangkat mobile maupun komputer (Sihotang & Damiyati, 2023). Kemudahan penggunaan Canva dengan antarmuka drag-and-drop dan ribuan template siap pakai menjadikannya solusi yang sangat relevan bagi pelaku UMKM yang tidak memiliki latar belakang desain grafis profesional (Nugroho & Prambodo, 2022).

Objek pengabdian dalam kegiatan ini adalah tempat produksi di Kota Jambi. Usaha ini bergerak di bidang produksi pangan tradisional berbahan dasar kedelai, yakni tahu dan tempe. Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan, profil mitra Omzet rata-rata berkisar antara Rp800.000 hingga Rp1.200.000 per bulan, jauh di bawah potensi pasar pangan tradisional. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Tahu Pak Budi mencakup dua aspek utama. Pertama, kurangnya pemahaman dalam mendesain kemasan produk yang menarik dan informatif, sehingga berdampak pada menurunnya minat beli konsumen yang meragukan kualitas produk tanpa informasi kemasan yang memadai. Kedua, keterbatasan jangkauan pasar yang selama ini hanya mengandalkan distribusi dari mulut ke mulut di sekitar area produksi. Situasi ini diperparah oleh absennya identitas visual produk yang kuat (Adini et al., 2023). Desain kemasan yang menarik, informatif, dan konsisten secara visual merupakan prasyarat penting bagi UMKM untuk dapat menembus pasar yang lebih luas dan meningkatkan kepercayaan konsumen (Cahyorini & Rusfian, 2012).

Pembeda kegiatan pengabdian ini dibandingkan dengan pengabdian serupa yang telah dipublikasikan terletak pada dari sisi konteks mitra, kegiatan ini berfokus pada UMKM pangan tradisional berbahan kedelai yang memiliki karakteristik unik: produk bersifat mudah rusak, sehingga kemasan tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga harus mengintegrasikan aspek keamanan dan keselamatan, sesuatu yang jarang disentuh secara eksplisit dalam kegiatan pengabdian

desain kemasan serupa (Chandra et al., 2024; Daud et al., 2024; B. P. O. dan M. R. Indonesia, 2018; K. K. dan I. R. Indonesia, 2022). Kedua, dari sisi pendekatan pendampingan, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk desain kemasan, tetapi juga mentransfer kapasitas secara langsung kepada pemilik UMKM melalui skema pelatihan hands-on berbasis smartphone, sehingga pelaku usaha dapat mereplikasi dan memperbarui desain secara mandiri di masa mendatang.

Berdasarkan latar belakang di atas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM Tahu Pak Budi dalam merancang label kemasan produk yang menarik, informatif, dan memenuhi standar keamanan pangan; (2) menghasilkan prototipe desain label kemasan baru yang dapat langsung diimplementasikan; dan (3) mentransfer kemampuan penggunaan aplikasi Canva kepada pelaku usaha sebagai bekal kemandirian desain jangka panjang guna meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar produk.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)*, yaitu metode penelitian-tindakan partisipatif di mana tim pelaksana dan mitra terlibat aktif dan kolaboratif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi dampak. Pendekatan ini dipilih karena terbukti menghasilkan perubahan nyata yang berkelanjutan melalui proses refleksi dan aksi bersama (Kemmis & McTaggart, 2005; Nugroho & Prambodo, 2022; Prendergast & Pitt, 1996).

Tahap 1: Observasi dan Pengumpulan Data

Tahap pertama dilaksanakan melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha UMKM Tahu Pak Budi. Tujuan tahap ini adalah mengidentifikasi kondisi riil mitra secara komprehensif sebagai baseline program. Instrumen pengumpulan data yang digunakan mencakup (Rahmat & Anastasia, 2023)(Wijayanti et al., 2022):

- a) Panduan wawancara semi-terstruktur yang memuat 15 butir pertanyaan terkait profil usaha, omzet bulanan, jangkauan distribusi, dan kondisi kemasan;
- b) Lembar observasi terstruktur untuk mendokumentasikan kondisi fisik kemasan awal secara sistematis; dan
- c) Kamera smartphone untuk dokumentasi visual produk dan kemasan sebelum intervensi. Seluruh data dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk pemetaan masalah yang komprehensif.

Tahap 2: Perencanaan Program

Berdasarkan hasil observasi, tim pelaksana merancang program pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas mitra (Silayoi & Speece, 2004). Aktivitas perencanaan meliputi (Alif Ramadhan, 2023; Puspita Sari & Miranda, 2023; Sakinah et al., 2023):

1. Penyusunan materi pelatihan mencakup prinsip desain kemasan pangan, standar pelabelan BPOM Nomor 31 Tahun 2018, dan panduan teknis aplikasi Canva;
2. Penyiapan instrumen evaluasi berupa kuesioner pre-test dan post-test (10 butir, skala Likert 1–4) serta lembar kepuasan pelatihan (5 dimensi, skala Likert 1–5); dan
3. Perancangan prototipe desain label yang mengintegrasikan elemen identitas merek dan informasi keamanan pangan. Kisi-kisi instrumen pre-post test disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Instrumen *Pre-Post Test* Kemampuan Desain Kemasan

No	Indikator Kompetensi	No. Butir	Skala Penilaian
1	Pemahaman fungsi dan standar kemasan pangan (BPOM)	1–2	Likert 1–4
2	Kemampuan mengoperasikan aplikasi Canva (login, template, edit)	3–5	Likert 1–4
3	Kemampuan merancang elemen desain label (tipografi, warna, layout)	6–8	Likert 1–4
4	Kemampuan mengeksport dan mencetak desain label kemasan	9–10	Likert 1–4

Tahap 3: Implementasi Pelatihan

Tahap implementasi menggunakan metode pelatihan *hands-on* berbasis *smartphone*. *Pre-test* diberikan sebelum sesi pelatihan dimulai untuk mengukur kondisi awal kompetensi peserta (El Safira et al., 2023; Gustiari, 2023; Ohimain Ozumba & Okon, 2023). Sesi pelatihan terdiri dari tiga sub-metode terintegrasi dengan porsi (Addini et al., 2023):

- Ceramah dan demonstrasi (15%), berupa penjelasan teori desain kemasan pangan dan demonstrasi langsung fitur-fitur Canva oleh fasilitator;
- Praktik terbimbing (70%), di mana peserta membuat desain label secara mandiri melalui *smartphone*—mencakup pemilihan template, pengeditan tipografi, penyesuaian warna, penginputan informasi produk, hingga pengunduhan hasil desain; dan
- Diskusi dan tanya jawab (15%), untuk finalisasi desain dan klarifikasi teknis. Alat yang digunakan meliputi *smartphone* dengan koneksi internet dan aplikasi Canva versi gratis, serta paper sticker sebagai bahan cetak label kemasan fisik. *Post-test* diberikan segera setelah sesi pelatihan selesai.

Tahap 4: Evaluasi dan Pengukuran Dampak

Evaluasi dilakukan melalui dua mekanisme. Pertama, evaluasi proses melalui observasi partisipatif selama pelatihan berlangsung, meliputi pengamatan tingkat partisipasi, antusiasme, dan kemampuan teknis peserta. Kedua, evaluasi hasil melalui (Sari Lubis, 2023)(Earnshaw, 2023; Rismawati & Gultom, 2023):

- Analisis komparatif skor *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan kompetensi desain;
- Kuesioner kepuasan pelatihan dengan 5 dimensi penilaian; (c) rubrik penilaian kualitas desain label yang dihasilkan, mencakup kelengkapan informasi wajib BPOM, estetika visual, keterbacaan teks, dan konsistensi identitas merek;
- Wawancara akhir terstruktur untuk mengukur kemampuan penggunaan Canva secara mandiri pascapelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal Mitra (*Baseline*)

Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, tim pelaksana terlebih dahulu melakukan asesmen komprehensif terhadap kondisi awal UMKM Tahu Pak Budi melalui kunjungan lapangan. Asesmen ini bertujuan untuk membangun data *baseline* yang akurat sebagai acuan pengukuran dampak program. Hasil asesmen menunjukkan bahwa UMKM Tahu Pak Budi merupakan usaha pangan tradisional yang sudah berjalan lebih dari lima tahun, namun belum mengalami pertumbuhan

yang signifikan akibat keterbatasan dalam aspek pemasaran, khususnya terkait identitas visual produk dan kemasan. Profil kuantitatif kondisi awal mitra disajikan secara terstruktur pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Komparatif Komponen Label Kemasan Berdasarkan Standar BPOM

No	Komponen Label Pangan (BPOM No. 31/2018)	Kemasan Lama	Kemasan Baru	Status Pemenuhan
1	Nama produk / nama dagang	X Tidak ada	✓ Ada	Lama: Tidak Memenuhi → Baru: Memenuhi
2	Nama dan alamat produsen	X Tidak ada	✓ Ada (nama + alamat + no. HP)	Lama: Tidak Memenuhi → Baru: Memenuhi
3	Berat / isi bersih	X Tidak ada	✓ Ada	Lama: Tidak Memenuhi → Baru: Memenuhi
4	Komposisi bahan	X Tidak ada	✓ Ada	Lama: Tidak Memenuhi → Baru: Memenuhi
5	Tanggal produksi / kedaluwarsa	X Tidak ada	✓ Ada	Lama: Tidak Memenuhi → Baru: Memenuhi
6	Nomor izin edar (PIRT)	X Tidak ada	X Belum ada (proses pengurusan)	Belum Memenuhi (tindak lanjut)
7	Identitas merek / logo visual	X Tidak ada	✓ Ada (desain logo + <i>tagline</i>)	Lama: Tidak Memenuhi → Baru: Memenuhi
8	Klaim / informasi gizi	X Tidak ada	X Belum ada	Belum Memenuhi (tindak lanjut)

Data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa dari delapan komponen label pangan wajib menurut BPOM Nomor 31 Tahun 2018, kemasan lama UMKM Tahu Pak Budi tidak memenuhi satu pun komponen (0 dari 8). Setelah kegiatan pengabdian, kemasan baru berhasil memenuhi enam dari delapan komponen (75%), dengan dua komponen yang belum terpenuhi yakni nomor izin edar PIRT dan klaim gizi—yang memerlukan tindak lanjut berupa pengurusan izin formal ke Dinas Kesehatan setempat. Peningkatan pemenuhan komponen label dari 0% menjadi 75% ini merupakan capaian yang signifikan dalam satu kali sesi pendampingan. Hasil ini sejalan dengan temuan Safitri dkk. (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan desain kemasan berbasis aplikasi digital mampu menghasilkan label kemasan yang lebih informatif dan memenuhi standar regulasi pangan dalam waktu singkat.

Pelaksanaan Pelatihan Desain Label Kemasan

Kegiatan pelatihan desain label kemasan dilaksanakan bertempat di lokasi usaha UMKM Tahu Pak Budi, Jambi. Sesi pelatihan berlangsung selama kurang lebih tiga setengah jam dengan melibatkan seluruh peserta secara aktif. Agenda pelaksanaan kegiatan secara terperinci disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Agenda dan Struktur Pelaksanaan Pelatihan Desain Label Kemasan

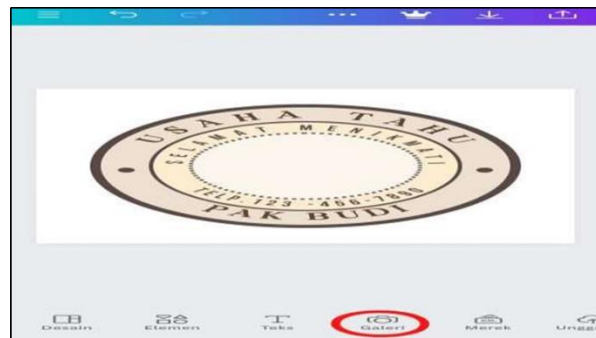
Waktu	Sesi	Sub-Metode	Uraian Kegiatan
09.00–09.20	Pembukaan & Pre-Test	Evaluasi awal	Penjelasan tujuan program; pengisian kuesioner pre-test (10 butir, skala Likert 1–4)

Waktu	Sesi	Sub-Metode	Uraian Kegiatan
09.20–09.50	Edukasi Desain Kemasan	Ceramah & Demonstrasi (15%)	Teori fungsi kemasan, standar label BPOM No. 31/2018, navigasi fitur utama Canva
09.50–11.30	Praktik Mandiri Canva	Praktik Terbimbing (70%)	Pemilihan template → pengeditan tipografi → penggantian gambar → penyesuaian warna → input info produk → unduh desain
11.30–12.00	Finalisasi & Diskusi	Diskusi & Tanya Jawab (15%)	Review desain bersama, klarifikasi teknis, penyesuaian akhir desain label
12.00–12.30	Post-Test & Penutup	Evaluasi akhir	Pengisian kuesioner post-test dan kepuasan pelatihan; serah terima label cetak

Sesi pelatihan diawali dengan pemberian pre-test untuk mengukur kondisi awal kompetensi desain kemasan peserta. Pada tahap ceramah dan demonstrasi, fasilitator menjelaskan secara ringkas urgensi kemasan bagi pemasaran UMKM pangan, komponen label wajib berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018, dan mendemonstrasikan langkah-langkah penggunaan Canva mulai dari instalasi aplikasi, pemilihan menu logo dan template, pengeditan template, hingga proses mengunduh hasil desain. Seluruh demonstrasi dilakukan menggunakan *smartphone* untuk memastikan relevansinya dengan kondisi nyata mitra.



Gambar 1. instalasi aplikasi



Gambar2. pemilihan menu logo dan template



Gambar 3. Kemasan tahu (Before)



Gambar 4. Kemasan Tahu (After)

Desain label kemasan baru yang dihasilkan memuat sejumlah elemen penting yang sebelumnya tidak ada pada kemasan lama. Label baru mencakup: (1) nama usaha dan identitas merek

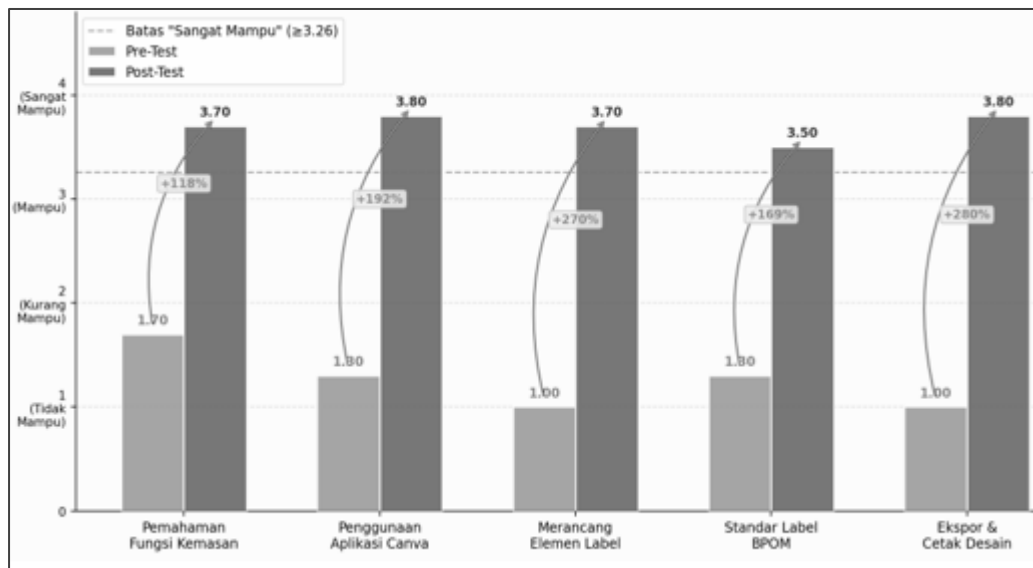
dengan tipografi yang terbaca jelas; (2) alamat lokasi produksi dan nomor kontak produsen; (3) deskripsi singkat produk beserta informasi komposisi bahan utama (kedelai, air, garam, biang tahu); (4) tanggal produksi; dan (5) elemen visual pendukung berupa gambar produk, warna identitas merek, dan *tagline* yang mencerminkan kualitas produk pangan tradisional. Kualitas desain yang dihasilkan dievaluasi menggunakan rubrik penilaian empat dimensi sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Penilaian Kualitas Desain Label Kemasan Berdasarkan Rubrik Evaluasi

No	Dimensi Penilaian	Kriteria	Skor (1–4)	Kategori
1	Kelengkapan Informasi Label BPOM	6 dari 8 komponen wajib terpenuhi	3,50	Baik
2	Estetika Visual	Warna, layout, dan gambar harmonis; tampilan profesional	3,70	Sangat Baik
3	Keterbacaan Teks & Hierarki Informasi	Tipografi terbaca jelas; urutan info logis	3,50	Baik
4	Konsistensi Identitas Merek	Warna, logo, dan tagline konsisten di seluruh elemen	3,80	Sangat Baik
Rata-rata Keseluruhan			3,63	Sangat Baik

Hasil penilaian rubrik menunjukkan bahwa desain label yang dihasilkan mencapai skor rata-rata 3,63 dari 4,00 (kategori Sangat Baik). Dimensi konsistensi identitas merek memperoleh skor tertinggi (3,80), menunjukkan bahwa peserta berhasil menerapkan elemen visual yang kohesif. Dua dimensi yang memperoleh skor “Baik”—kelengkapan informasi BPOM (3,50) dan keterbacaan teks (3,50)—masih memiliki ruang perbaikan, terutama untuk penambahan nomor izin PIRT yang memerlukan proses pengurusan lanjutan ke Dinas Kesehatan Kota Jambi.

Evaluasi dan Pengukuran Dampak



Gambar 5. Perbandingan Skor Pre-Test dan Post-Test Kemampuan Desain Kemasan

Data pada Gambar 5 menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan pada seluruh indikator kompetensi. Skor rata-rata keseluruhan meningkat dari 1,26 (kategori “Tidak Mampu”) pada pre-test menjadi 3,70 (kategori “Sangat Mampu”) pada post-test, setara dengan peningkatan sebesar 193,7%. Peningkatan terbesar terjadi pada indikator kemampuan mengekspor dan mencetak desain (+280,0%) serta kemampuan merancang elemen desain label (+270,0%), yang mengindikasikan bahwa peserta belum memiliki paparan sama sekali terhadap kegiatan desain grafis digital sebelum pelatihan. Peningkatan pada indikator pemahaman standar label BPOM (+169,2%) juga cukup signifikan, menunjukkan bahwa integrasi materi regulasi pangan dalam kurikulum pelatihan efektif meningkatkan kesadaran mitra tentang persyaratan legal pelabelan produk pangan.

DISKUSI

Temuan penelitian ini berupa peningkatan kompetensi desain sebesar 193,7% dan tingkat kepuasan 4,76/5,00 memperkuat dan sekaligus memperluas lanskap riset pengabdian yang telah menggunakan Canva sebagai instrumen pemberdayaan desain bagi pelaku UMKM di Indonesia. (Nugroho & Prambodo, 2022) melaporkan keberhasilan pelatihan Canva pada komunitas UMKM Kubependa Rawalumbu, Bekasi, yang menghasilkan peningkatan kreativitas desain kemasan produk secara signifikan. Meskipun studi tersebut tidak menyajikan data kuantitatif pre-post test yang terstandar, kesimpulannya konsisten dengan temuan penelitian ini bahwa Canva efektif sebagai platform desain bagi pelaku usaha mikro yang tidak memiliki latar belakang desain grafis. Perbedaan mendasar terletak pada konteks mitra: studi (Silayoi & Speece, 2004) menyasar komunitas UMKM umum di perkotaan, sementara penelitian ini secara spesifik menyasar UMKM pangan tradisional yang bersifat perishable, sehingga mengharuskan integrasi aspek food safety labeling — dimensi yang tidak dijumpai dalam studi mereka.

Sejalan dengan itu, (Ramdhan et al., 2023) melaksanakan pelatihan desain kemasan menggunakan Canva pada UMKM Kuliner Bersama (Kube) di Asahan dan melaporkan peningkatan kemampuan desain peserta secara kualitatif. Studi ini relevan sebagai pembanding karena sama-sama berfokus pada UMKM di sektor kuliner pangan. Namun demikian, (Ramdhan et al., 2023) tidak melaporkan persentase peningkatan kompetensi secara numerik, sehingga klaim efektivitas pelatihannya sulit diverifikasi secara objektif. Penelitian ini memperkuat validitas klaim efektivitas

tersebut dengan menyajikan data kuantitatif skor rata-rata pre-test (1,26) dan post-test (3,70) yang terukur dan dapat direplikasi. (Safitri et al., 2023) melaporkan pengabdian pelatihan desain kemasan Canva pada UKM Desa Kedunggede dengan fokus peningkatan daya saing produk. Studi tersebut menyertakan kuesioner kepuasan tetapi tidak melengkapinya dengan instrumen penilaian kompetensi yang terstandar. Kesimpulan mereka bahwa pelatihan Canva meningkatkan daya saing produk bersifat evaluatif subjektif tanpa dukungan angka yang memadai. Temuan penelitian ini melengkapi gap tersebut dengan menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi desain (+193,7%) secara langsung berdampak pada pemenuhan komponen label BPOM dari 0% menjadi 75%, yang merupakan indikator daya saing yang lebih terukur dan berbasis regulasi.

(Daud et al., 2024) melaksanakan pelatihan desain kemasan untuk meningkatkan brand awareness pada UMKM di Kota Cirebon dengan melibatkan 52 peserta, dan melaporkan peningkatan pemahaman tentang desain kemasan sebesar 85% pascapelatihan, dengan 94% peserta setuju bahwa kemasan yang menarik berperan penting dalam pemasaran. Skala pelaksanaan studi (Daud et al., 2024) jauh lebih besar dibandingkan penelitian ini, namun studi mereka tidak mengintegrasikan standar regulasi pelabelan pangan dalam kurikulum pelatihannya. Penelitian ini justru menempatkan Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 sebagai kerangka acuan wajib, sehingga desain kemasan yang dihasilkan tidak hanya bernilai estetis tetapi juga memenuhi fungsi legal dan protektif terhadap konsumen (Rahmat & Anastasia, 2023).

KESIMPULAN

Pelatihan desain label kemasan menggunakan aplikasi Canva berbasis smartphone terbukti efektif meningkatkan kompetensi desain pemilik UMKM secara signifikan. Rata-rata skor pre-test sebesar 1,26 meningkat menjadi 3,70 pada post-test (+193,7%), dengan seluruh indikator kompetensi berada pada kategori "Sangat Mampu" pascapelatihan. Capaian ini menunjukkan bahwa Canva merupakan platform desain yang aksesibel dan relevan bagi pelaku UMKM pangan tradisional yang tidak memiliki latar belakang desain grafis profesional. kegiatan pengabdian berhasil menghasilkan satu prototipe desain label kemasan final yang memenuhi 6 dari 8 komponen label wajib berdasarkan Peraturan BPOM Nomor 31 Tahun 2018 meningkat drastis dari kondisi awal yang sama sekali tidak memenuhi standar pelabelan pangan. Kemasan baru mengintegrasikan elemen identitas merek sekaligus informasi keamanan pangan, menjadikannya tidak hanya bernilai estetis tetapi juga memenuhi fungsi regulatif dan protektif konsumen. Dua komponen yang belum terpenuhi nomor izin PIRT dan informasi gizi direkomendasikan untuk ditindaklanjuti melalui pengurusan izin formal ke Dinas Kesehatan

DAFTAR PUSTAKA

- Addini, P. F., Aritonang, T. E., & Amika, I. (2023). Peningkatan kreativitas visual melalui pelatihan perancangan media promosi bagi UMKM Indah Akrilik. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 2235–2238.
- Adini, A., Wulandari, R., & Setyowati, D. (2023). Pendampingan desain kemasan produk UMKM untuk meningkatkan daya saing di era digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 1456–1463. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i2.15234>
- Alif Ramadhan, H. (2023). Determinants of Economic Value Addition of Industrial Tuna Fish Processors in the Sea Food Processing Sub-Chain in Malaysia. *Journal of Economics Business Industry*, 1(1), 40–46. <https://doi.org/10.59976/jebin.v1i1.11>
- Cahyorini, A., & Rusfian, E. Z. (2012). The effect of packaging design on impulsive buying.

- Bisnis & Birokrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 18(1), 11–21.
- Chandra, H., Arismawati, P., Wahyuni, A. E., Azizah, F. N., Zahiroh, N. Z., Erlina, M. E., & Julianugerah, M. F. (2024). Pelatihan aplikasi Canva untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam merancang produk UMKM. *Abdimas Awang Long*, 7(2), 70–79. <https://doi.org/10.56301/awal.v7i2.1221>
- Daud, R. F., Rosyid, D. F., Rachmawati, I., & Khodijah, T. (2024). Pelatihan pembuatan desain kemasan untuk meningkatkan brand awareness sebagai upaya peningkatan nilai jual produk UMKM di Kota Cirebon. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(4), 837–845. <https://doi.org/10.36312/linov.v9i4.2191>
- Earnshaw, K. (2023). Relationship Between Supply Chain Management and Competitor Intensity in The Food Business: A Structural Equation Model. *Journal of Economics Business Industry*, 1(2).
- El Safira, G., Sari, Y., & Waluyo, D. (2023). Virgin Coconut Oil (VCO) Business Analysis in Terms of Economic Income. *Journal of Economics Business Industry*, 1(2), 56–62.
- Gustiari, R. (2023). Techno-Economic Analysis of Utilization of Tofu Production Liquid Waste into Liquid Organic Fertilizer Using Experimental Methods. *Journal of Economics Business Industry*, 1(1), 10–18.
- Indonesia, B. P. O. dan M. R. (2018). *Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan*. BPOM RI.
- Indonesia, K. K. dan I. R. (2022). *Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) 2022*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory action research: Communicative action and the public sphere. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (3rd ed., pp. 559–603). SAGE Publications.
- Nugroho, S. A., & Prambodo, Y. L. (2022). Pelatihan penggunaan Canva pada desain kemasan produk bagi komunitas Kubependa Rawalumbu Bekasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 2(3), 28–35.
- Ohimain Ozumba, I., & Okon, E. (2023). The Influence of Marketing Mix Strategy on Bread Customer Satisfaction in Nigerian Market. *Journal of Economics Business Industry*, 1(2), 47–55. <https://doi.org/10.59976/jebin.v1i2.17>
- Prendergast, G., & Pitt, L. (1996). Packaging, marketing, logistics and the environment: Are there trade-offs? *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 26(6), 60–72. <https://doi.org/10.1108/09600039610125206>
- Puspita Sari, D., & Miranda, M. (2023). Feasibility Analysis of Sumedang Tofu MSMEs Business with Its Development Strategy. *Journal of Economics Business Industry*, 1(1), 19–29. <https://doi.org/10.59976/jebin.v1i1.9>
- Rahmat, R., & Anastasia, A. (2023). Pengembangan kemasan dengan menggunakan aplikasi Canva pada UMKM Kopi 919. *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan*, 1(1). <https://doi.org/10.33509/admit.v1i1.1906>
- Ramadhan, R. A. Y., Nurwati, Wahyuni, D. P., & Pradipa, N. H. (2023). Pelatihan desain kemasan produk menggunakan aplikasi Canva pada UMKM Kube (Kuliner Usaha Bersama) Asahan. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 6(3).
- Rismawati, J., & Gultom, N. O. (2023). Quality Analysis of Health Center Service Management for Efforts to Improve Patient Satisfaction. *Journal of Economics Business Industry*, 1(2), 71–80.

- Safitri, R., Waluyo, I. S., & Setiawan, I. (2023). Pelatihan pembuatan desain kemasan menggunakan Canva pada UKM Desa Kedunggede untuk meningkatkan daya saing produk. *Nusantara Hasana Journal*, 3(4).
- Sakinah, I., Zahro, Z., & Andinia, A. (2023). Adaptation of Blue Ocean Strategy in Increasing Business Markets. *Journal of Economics Business Industry*, 1(2), 81–91.
- Sari Lubis, S. (2023). Identify Financial Ratios to Measure The Company's Financial Performance. *Journal of Economics Business Industry*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.59976/jebin.v1i1.7>
- Sihotang, G. A., & Damiyati, F. A. (2023). Minimizing Fresh Fruit Bunches Inventory Costs Using Continuous Review System and Blanked Order System Methods. *Journal of Economics Business Industry*, 1(1), 32–42.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2004). Packaging and purchase decisions: An exploratory study on the impact of involvement level and time pressure. *British Food Journal*, 106(8), 607–628. <https://doi.org/10.1108/00070700410553602>
- Wijayanti, L., Sukwadi, R., Prasetya, W., & Azels, W. A. (2022). Pelatihan membuat desain iklan digital menggunakan aplikasi Canva bagi UMKM binaan ASPPUK. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1), 117–125. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i2.18245>