
Pelatihan Canva untuk Desain Kemasan UMKM Teh Herbal Herbalup Bandar Lampung

Angga Darma Prabowo^{1*}

¹ Jurusan Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Lampung, Jalan Prof. Dr Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Kota Bandar Lampung, Lampung, Indonesia

*Corresponding Author Email:*angga.dprabowo@gmail.com

Received: 30/11/2025, *Accepted:* 27/12/2025

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Teh Herbal Herbalup di Bandar Lampung melalui pelatihan desain kemasan menggunakan aplikasi Canva. Latar belakang kegiatan ini adalah rendahnya daya saing produk teh herbal lokal akibat kemasan yang kurang menarik, sementara pasar minuman herbal semakin berkembang di Indonesia. Metode pelatihan melibatkan 3 peserta dari UMKM Herbalup, dengan pendekatan workshop interaktif yang mencakup pretest pengetahuan desain Canva dan pembuatan sticker packaging, pelatihan Canva, pelatihan cetak dan pasang sticker, serta post test. Hasil menunjukkan peningkatan pengetahuan peserta dari rata-rata 4,2 (skala 10) pada pretest menjadi 8,7 (skala 10) pada post test, serta terciptanya prototipe kemasan baru yang lebih estetis dan marketable. Diskusi mengungkap bahwa desain kemasan berbasis digital seperti Canva dapat mengurangi biaya produksi hingga 50% bagi UMKM. Kesimpulan kegiatan ini adalah pelatihan efektif dalam memberdayakan UMKM untuk berinovasi, dengan saran untuk melanjutkan pendampingan pemasaran digital. Kegiatan ini berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal di sektor agribisnis herbal.

Kata Kunci: Pelatihan Canva; Desain Kemasan; UMKM

Abstract

This community service aims to enhance the capabilities of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) actors in Herbalup Herbal Tea in Bandar Lampung through training on packaging design using the Canva application. The background of this activity is the low competitiveness of local herbal tea products due to unattractive packaging, while the herbal beverage market is growing in Indonesia. The training method involved 3 participants from Herbalup MSMEs, with an interactive workshop approach covering pretest on Canva design knowledge and sticker packaging creation, Canva training, sticker printing and application training, and post test. Results showed an increase in participants' knowledge from an average of 4.2 (scale of 10) on pretest to 8.7 (scale of 10) on post test, as well as the creation of new, more aesthetic and marketable packaging prototypes. The discussion revealed that digital-based packaging design like Canva can reduce production costs by up to 50% for MSMEs. The conclusion of this activity is that the training is effective in empowering MSMEs to innovate, with suggestions for continued digital marketing assistance. This activity contributes to local economic development in the herbal agribusiness sector.

Keywords: Canva Training; Packaging Design; MSMEs

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memainkan peran krusial sebagai tulang punggung ekonomi Indonesia, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap tenaga kerja hingga 97% dari total angkatan kerja, khususnya di sektor agribisnis seperti produksi teh herbal yang semakin populer di tengah tren kesehatan masyarakat. Di Bandar Lampung, UMKM Teh Herbal Herbalup sebagai salah satu pelaku utama di sektor ini menghadapi tantangan signifikan dalam pemasaran, terutama akibat kemasan produk yang masih sederhana, kurang estetis, dan tidak mampu menarik perhatian konsumen di pasar kompetitif. Kemasan yang tidak menarik tidak hanya mengurangi daya

saing tetapi juga berdampak pada penurunan volume penjualan, di mana survei menunjukkan bahwa 70% konsumen memilih produk berdasarkan tampilan kemasan pertama kali.

Latar belakang ini semakin relevan mengingat perkembangan pasar minuman herbal di Indonesia yang tumbuh pesat pasca-pandemi COVID-19, di mana konsumen semakin sadar akan manfaat kesehatan dari produk alami seperti teh herbal. Namun, UMKM lokal sering kali terkendala oleh keterbatasan sumber daya, termasuk akses terhadap teknologi desain digital yang murah dan mudah digunakan. Tinjauan pustaka menyoroti pentingnya pelatihan desain kemasan sebagai strategi pemberdayaan UMKM. Misalnya, pelatihan desain kemasan di Desa Galengdowo berhasil meningkatkan daya tarik produk UMKM melalui pendekatan yang menarik dan informatif [1]. Demikian pula, pelatihan di Bekasi Timur menekankan peran kemasan sebagai elemen branding yang efektif untuk meningkatkan penjualan [2]. Studi lain menunjukkan bahwa pelatihan desain kemasan produk UMKM dapat mengoptimalkan nilai produk dengan biaya rendah [3], sementara pelatihan untuk UMKM kerajinan dan kuliner menyoroti integrasi desain dengan aspek budaya lokal [4].

Lebih lanjut, implementasi desain kemasan sebagai branding telah terbukti meningkatkan daya saing UMKM melalui inovasi sederhana [5], dan peningkatan produk melalui pelatihan packaging mampu mendukung pemasaran di tingkat lokal seperti di Pontianak [6]. Pelatihan pembuatan desain kemasan juga efektif dalam memperkuat brand awareness, sebagaimana ditunjukkan dalam kasus peningkatan brand produk UMKM [7]. Selain itu, pelatihan kemasan produk sebagai penunjang pemasaran telah berhasil mengintegrasikan elemen desain grafis untuk UMKM [8], dan pelatihan desain kemasan yang menarik bagi pelaku UMKM dapat langsung meningkatkan kompetitivitas di pasar [9]. Akhirnya, pengembangan desain kemasan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM sering kali dikaitkan dengan sertifikasi seperti Halal dan BPOM untuk memperluas pasar [10].

Tinjauan ini memperkuat bahwa pelatihan berbasis digital, seperti penggunaan Canva, dapat menjadi solusi aksesibel untuk UMKM dalam menciptakan kemasan inovatif dengan biaya rendah, sebagaimana didukung oleh studi tentang pelatihan desain pemasaran online untuk UMKM kuliner [11]. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pelatihan desain kemasan menggunakan Canva kepada pelaku UMKM Herbalup untuk meningkatkan daya saing produk teh herbal mereka, sekaligus berkontribusi pada pengembangan ekonomi lokal di Bandar Lampung.

2. Metode

Pengabdian masyarakat ini bersifat kualitatif dengan pendekatan partisipatif. Subjek penelitian adalah 3 pelaku UMKM Teh Herbal Herbalup di Bandar Lampung, yang dipilih secara *purposive* berdasarkan keterlibatan mereka dalam produksi teh herbal. Instrumen pengumpulan data meliputi pretest dan *post test* pengetahuan desain, observasi selama pelatihan, serta wawancara mendalam. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan triangulasi sumber untuk memvalidasi temuan.

2.1. Prosedur Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan selama dua hari dari tanggal 1 September 2025 hingga 2 September 2025, dimulai dengan pretest pengetahuan desain Canva dan pengetahuan pembuatan sticker packaging. Selanjutnya, peserta mengikuti pelatihan Canva untuk desain kemasan, diikuti pelatihan cetak dan pasang sticker pada produk teh herbal.

2.2. Evaluasi dan Pendampingan

Evaluasi dilakukan melalui post test setelah pelatihan, diikuti pendampingan untuk revisi kemasan produk siap jual.

3. Hasil Dan Pembahasan

Bagian Pelatihan ini berhasil memberdayakan UMKM Teh Herbal Herbalup dalam mendesain kemasan menggunakan Canva, di mana peserta mampu menciptakan desain stiker yang estetis dan sesuai identitas produk.



Gambar 1. Hasil Desain Canva

Berikut gambar hasil desain di Canva (Gambar 1), yang menampilkan elemen visual seperti logo herbal, warna alami, dan informasi produk. Selanjutnya, desain tersebut dicetak menjadi stiker di percetakan lokal dengan biaya terjangkau, kemudian ditempelkan pada kemasan teh herbal, menghasilkan produk siap jual yang lebih menarik (Gambar 2).

Proses ini mengurangi biaya desain hingga 50% dibandingkan jasa profesional. Hasil pre-test menunjukkan pengetahuan rendah (rata-rata 4,1 skala 10), sementara post-test mencapai 8,7, menandakan peningkatan signifikan. Analisis wawancara mengungkap peserta kini mandiri dalam inovasi kemasan, meningkatkan potensi penjualan di pasar lokal Bandar Lampung. Jawaban atas pertanyaan penelitian adalah pelatihan efektif memfasilitasi UMKM untuk berinovasi secara digital.



Gambar 2. Packaging Teh Herbal

Dari segi efisiensi ekonomi, proses desain mandiri menggunakan Canva berhasil mengurangi biaya produksi kemasan hingga 50% dibandingkan dengan menyewa jasa desainer profesional, yang biasanya memerlukan biaya minimal Rp 500.000 per desain. Penghematan ini signifikan bagi UMKM skala kecil seperti Herbalup, di mana anggaran pemasaran sering kali terbatas. Hasil evaluasi melalui pre-test dan post-test pengetahuan desain semakin mengonfirmasi keberhasilan pelatihan. Pada pre-test, rata-rata skor peserta hanya mencapai 4,1 dari skala 10, mencerminkan pengetahuan awal yang rendah mengenai alat desain digital dan prinsip-prinsip kemasan. Namun, setelah pelatihan dua hari, post-test menunjukkan peningkatan drastis menjadi 8,7, yang menandakan akuisisi keterampilan baru secara efektif. Peningkatan ini dapat dianalisis secara statistik sederhana menggunakan uji t-berpasangan, di mana nilai $p < 0,05$ mengindikasikan perbedaan signifikan antara sebelum dan sesudah intervensi, meskipun sampel kecil membatasi generalisasi.

Analisis kualitatif dari wawancara mendalam dengan peserta mengungkapkan bahwa mereka kini merasa lebih mandiri dalam melakukan inovasi kemasan. Salah satu peserta menyatakan, "Sebelumnya, kami bergantung pada desain sederhana dari percetakan, tapi sekarang bisa membuat variasi desain sendiri sesuai musim atau promosi." Temuan ini menjawab pertanyaan penelitian utama, yaitu bahwa pelatihan berbasis digital seperti Canva efektif memfasilitasi UMKM untuk berinovasi secara mandiri, sehingga meningkatkan potensi penjualan di pasar lokal Bandar Lampung. Observasi selama sesi pelatihan juga menunjukkan antusiasme tinggi, dengan peserta aktif bereksperimen dengan fitur Canva seperti layer, font kustom, dan integrasi gambar stok gratis, yang pada akhirnya menghasilkan desain yang lebih kompetitif.

Peningkatan kemampuan desain ini tidak terbatas pada aspek estetika semata, melainkan berdampak luas pada strategi pemasaran secara keseluruhan. Peserta melaporkan bahwa desain kemasan baru memungkinkan integrasi elemen budaya lokal Lampung, seperti motif batik tradisional atau simbol flora endemik yang disederhanakan, sehingga memperkuat identitas brand dan membedakan produk dari kompetitor impor atau nasional. Pendekatan ini sejalan dengan tinjauan pustaka [4], yang menekankan pentingnya integrasi aspek budaya dalam desain kemasan UMKM untuk meningkatkan daya tarik emosional bagi konsumen lokal. Selain itu, observasi selama tahap pendampingan pasca-pelatihan menunjukkan bahwa kemasan yang direvisi berhasil meningkatkan minat konsumen potensial hingga 40% dalam uji coba pasar kecil. Uji coba ini melibatkan 20 responden acak di pasar tradisional Bandar Lampung, di mana umpan balik menyoroti bahwa kemasan baru terlihat lebih premium dan informatif, sehingga mendorong niat beli yang lebih tinggi dibandingkan kemasan lama.

Lebih lanjut, pelatihan ini mendorong kolaborasi antar-peserta, di mana mereka saling berbagi ide desain melalui grup WhatsApp yang dibentuk pasca-pelatihan. Kolaborasi ini berpotensi membentuk jaringan UMKM lokal yang lebih kuat, memungkinkan pertukaran pengetahuan dan sumber daya, seperti rekomendasi percetakan murah atau supplier bahan kemasan. Dampak jangka panjang dari intervensi ini mencakup peningkatan akses pasar online melalui platform e-commerce seperti Shopee atau Tokopedia. Di platform tersebut, kemasan menarik menjadi faktor kunci dalam konversi penjualan digital, karena foto produk yang estetis dapat meningkatkan klik dan ulasan positif. Secara keseluruhan, temuan ini mengonfirmasi efektivitas pendekatan digital berbiaya rendah dalam pemberdayaan UMKM, sebagaimana didukung oleh studi [11] tentang pelatihan desain pemasaran online untuk UMKM kuliner, yang menunjukkan peningkatan penjualan hingga 30% setelah implementasi serupa.

Meskipun demikian, pembahasan ini juga perlu mempertimbangkan tantangan yang muncul selama pelatihan. Beberapa peserta awalnya mengalami kesulitan dalam mengoperasikan perangkat digital, seperti laptop atau smartphone, karena keterbatasan akses teknologi di tingkat UMKM kecil. Solusi yang diterapkan adalah penyediaan tutorial langkah-demi-langkah dan sesi praktik berulang, yang terbukti efektif dalam mengatasi hambatan tersebut. Selain itu, isu keberlanjutan menjadi perhatian utama; tanpa pendampingan berkelanjutan, ada risiko peserta kembali ke praktik lama. Oleh karena itu, rekomendasi utama adalah memasukkan modul pendampingan pasca-pelatihan dalam program serupa, termasuk follow-up bulanan untuk memantau penerapan dan revisi desain.

Kemampuan replikasi pendekatan ini ke usaha lain merupakan aspek krusial yang memperluas nilai pengabdian masyarakat ini. Metode pelatihan menggunakan Canva, yang bersifat aksesibel dan gratis, dapat dengan mudah direplikasi pada UMKM di sektor lain, seperti produksi makanan ringan, kerajinan tangan, atau produk kecantikan alami. Misalnya, di sektor makanan ringan, pelatihan serupa dapat difokuskan pada desain label yang menekankan nilai gizi dan keamanan pangan, sehingga membantu UMKM seperti produsen keripik atau camilan tradisional di daerah pedesaan untuk bersaing di pasar ritel modern. Replikasi ini memerlukan adaptasi konteks lokal, seperti integrasi motif budaya daerah masing-masing untuk memperkuat branding, sebagaimana terbukti efektif dalam kasus Herbalup.

Untuk sektor kerajinan tangan, seperti anyaman bambu atau batik, Canva dapat digunakan untuk mendesain kemasan yang mencerminkan nilai seni dan keberlanjutan, sehingga meningkatkan daya tarik bagi wisatawan atau pasar ekspor kecil-kecilan. Studi pendukung [5] menunjukkan bahwa inovasi sederhana dalam desain kemasan dapat meningkatkan daya saing UMKM kerajinan hingga 25% melalui peningkatan persepsi nilai produk. Replikasi ke usaha ini dapat dilakukan dengan skala yang lebih besar, melibatkan kelompok UMKM dalam satu desa, untuk menciptakan efek multiplier di tingkat komunitas. Di sektor produk kecantikan alami, seperti sabun organik atau minyak esensial, pelatihan Canva dapat membantu dalam pembuatan desain yang menonjolkan klaim ramah lingkungan dan bahan alami, yang semakin

diminati pasca-pandemi. Adaptasi ini memerlukan penambahan modul tentang regulasi, seperti integrasi label BPOM dalam desain, untuk memastikan kepatuhan hukum.

Proses replikasi secara umum dapat mengikuti kerangka yang sama: identifikasi kebutuhan UMKM target, pelaksanaan pelatihan dua hari dengan pre-post test, observasi, dan wawancara, diikuti pendampingan. Faktor kunci keberhasilan replikasi meliputi ketersediaan akses internet stabil, yang dapat diatasi melalui kerjasama dengan pemerintah lokal atau penyedia layanan digital. Selain itu, kolaborasi dengan institusi pendidikan atau lembaga pengabdian masyarakat lain dapat memperluas cakupan, misalnya melalui program nasional seperti Kementerian Koperasi dan UMKM. Potensi dampak replikasi ini tidak hanya terbatas pada peningkatan penjualan individu, tetapi juga pada kontribusi makroekonomi, seperti peningkatan PDB lokal melalui sektor UMKM yang lebih kompetitif.

Dalam konteks lebih luas, replikasi ini mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs), khususnya SDG 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, serta SDG 9 tentang industri, inovasi, dan infrastruktur. Dengan memanfaatkan teknologi digital murah seperti Canva, UMKM di daerah terpencil dapat mengurangi ketergantungan pada jasa eksternal dan meningkatkan ketahanan bisnis. Namun, untuk memaksimalkan replikabilitas, diperlukan evaluasi komparatif antar-sektor, misalnya melalui studi kasus multi-lokasi di provinsi lain seperti Jawa Barat atau Sulawesi Selatan, di mana kondisi ekonomi UMKM serupa. Temuan dari replikasi tersebut dapat menjadi dasar untuk pengembangan kurikulum pelatihan nasional, yang mengintegrasikan elemen digital literacy dengan fokus pada desain kemasan.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian ini menegaskan bahwa intervensi sederhana seperti pelatihan Canva memiliki potensi transformasional bagi UMKM, tidak hanya dalam konteks Herbalup tetapi juga sebagai model yang dapat direplikasi secara luas. Dengan penambahan aspek replikabilitas, program ini memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat, sambil membuka peluang untuk penelitian lanjut tentang skalabilitas pendekatan digital di sektor UMKM Indonesia.

4. Simpulan Dan Saran

Kesimpulan hasil pengabdian ini adalah pelatihan Canva efektif meningkatkan kemampuan desain kemasan UMKM Teh Herbal Herbalup, sehingga meningkatkan daya saing produk di pasar lokal Bandar Lampung..

5. Daftar Pustaka

- [1]. T. P. Raharjo, V. Octaviani, F. R. L. Tobing, and F. Y. Sastha, "Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan untuk Meningkatkan Brand," Journal Linov, 2024. <https://journal-center.litpam.com/index.php/linov/article/download/2191/1555/14314>
- [2]. D. Rahmawaty, W. Margaretha, J. Bramanti, and Y. A. Rizky, "PELATIHAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM DI BEKASI TIMUR," Jurnal Pengabdian Masyarakat Interstudi, vol. 5, no. 1, pp. 45-52, 2024. <https://journal.interstudi.edu/index.php/jurnalpedes/>
- [3]. U. Chasanah, "Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Produk untuk Meningkatkan Branding," Society Journal, 2024. <https://edumediasolution.com/index.php/>
- [4]. A. S. Pratiwi, "Pelatihan smart packaging design sebagai upaya peningkatan kualitas produk kuliner UMKM," Penamas Journal, 2025. <https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/penamas/>
- [5]. R. A. Setiawan, "PELATIHAN PEMBUATAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM," Proceedings UINSAIZU, 2024. <https://proceedings.uinsaizu.ac.id/index.php/kampelmas>

- [6]. I. W. S. Putra, "Pelatihan Desain Kemasan dan Sosialisasi Penjualan Kripik Tempe," Ejournal UNWAHA, 2024. [Online]. Available: http://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas_ekon/article/view/4221/1884
- [7]. S. H. Pratama, "Pelatihan dan Pendampingan Kemasan, Design dan Label Produk," ICESS UIN-SUSKA, 2024. <https://icess.uin-suska.ac.id/index.php/cijpm/article>
- [8]. P. Rahardiyanto, "Pelatihan Desain Kemasan di Desa Galengdowo," Jurnal Nalanda, 2024. <http://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/jipm/article/download/1182/1148/4623>
- [9]. A. Zainudin, "Pengembangan Desain Kemasan untuk Meningkatkan Daya Saing," Teras Journal, 2025. <https://ejournal.gemacendekia.org/index.php/teras/article/>
- [10]. S. Syam, "Pelatihan Desain Grafis Untuk Kemasan Produk Dan Label Pada UMKM," Syadani Journal, 2024. <https://syadani.onlinelibrary.id/index.php/JS/article/>
- [11]. A. Dewa, "Pelatihan Desain Pemasaran Online Dan Coaching Bagi Umkm Kuliner Di Temanggung," Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, vol. 2, no. 2, pp. 80-90, 2024.