

Sosialisasi Cara Membuat Desain Kemasan Produk Mockups dan Smartmockups pada Canva bagi Pelaku UMKM Desa Cikancung

Ricky Rohmanto¹, Rian Hadiansyah²

¹Komputerisasi Akuntansi, Universitas Ma'soem, Indonesia

²Sistem Informasi, Universitas Ma'soem, Indonesia

rickyrohmanto@gmail.com

Received : Aug' 2023 Revised : Nov' 2023 Accepted : Nov' 2023 Published : Nov' 2023

ABSTRACT

This activity aims to provide guidance to Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Cikancung Village on how to make product packaging designs (packaging) mockups and smartmockups using the Canva platform. The method used in this activity is the Participatory Action Research (PAR) method. In this context, PAR will involve MSME actors in Cikancung Village in the entire research process. The results of the activity show that MSME players in Cikancung Village can make product packaging designs mockups and smartmockups in Canva, including improving the quality of packaging design, improving product image and branding, facilitating promotion and marketing, attracting more consumers, increasing product competitiveness, saving production costs, increasing sales and profits.

Keywords: Canva; Micro, Small and Medium Enterprises; Mockups; Product Packaging Design; Smartmockups.

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan panduan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Cikancung tentang cara membuat desain kemasan produk (packaging) mockups dan smartmockups menggunakan platform canva. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode *Participatory Action Research* (PAR). Dalam konteks ini, PAR akan melibatkan pelaku UMKM di Desa Cikancung dalam seluruh proses penelitian. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa para pelaku UMKM di Desa Cikancung dapat membuat desain kemasan produk mockups dan smartmockups di Canva antara lain meningkatkan kualitas desain kemasan, meningkatkan citra dan branding produk, mempermudah promosi dan pemasaran, menarik lebih banyak konsumen, meningkatkan daya saing produk, hemat biaya produksi, meningkatkan penjualan dan keuntungan.

Kata Kunci : Canva; Desain Kemasan Produk; Mockups; Smartmockups; Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

PENDAHULUAN

Usaha kecil Usaha Menengah (UMKM) ialah salah satunya penggerak utama perekonomian Indonesia [1]. Menurut [2] jumlah UMKM sudah mencapai 64 juta angka ini setara dengan 99,9% dari semua perusahaan yang beroperasi di Indonesia. UMKM Paling terpuak oleh pandemi COVID-19. Banyak pengusaha gulung tikar lebih sedikit permintaan.

Sektor UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia, masalah ini karena UMKM menyediakan 4.444 komposisi produk domestik bruto yang sangat besar (PDB). Jumlah ini bertambah lima tahun lalu, meningkat 57,84% menjadi 60,34%. Selain itu, sektor UMKM memberikan kontribusi menyerap tenaga kerja dalam tubuh bangsa. Menyerap tenaga kerja Sektor UMKM mengalami peningkatan 96,99% menjadi 97,22% sudah seperti ini selama lima tahun terakhir. Kontribusi UMKM sangat tidak diragukan lagi mendukung ekonomi nasional [3].

Sebab akibat itu, penguatan UMKM sangat penting. Salah satu upaya yang dapat dilakukan guna meningkatkan kekuatan UMKM yaitu pelatihan sosialisasi desain kemasan produk atau *packaging*. Ada banyak produk serupa di pasaran kemudian diproduksi oleh perusahaan asing dan menguasai pasar domestik mengalahkan produk usaha kecil menengah Indonesia. Masalah ini karena kemasan produk lokal tidak membangkitkan minat lokal dan dianggap tidak sehat [4]. Setiap produk ini, jika dikemas dengan benar, akan meningkatkan nilai produk. Kemasan produk masih mudah untuk bersaing dengan produk luar. salah satu elemen terpenting dari sebuah produk ialah kemasan. Kemasannya sering disebut sebagai "*Silent Seller*" karena tidak menunjukkan pelayanan yang mencerminkan keunggulan produk. Oleh karenanya, paket harus bisa menyampaikan informasi dengan komunikasi yang begitu informatif semacam koneksi antara pedagang dan konsumen. Pakar pemasaran mengacu pada desain kemasan sebagai daya tarik produk. Ini karena kemasannya tidak hanya *eye-catching*, tapi juga pada akhir proses pembuatan, pengguna ramah [5].

Adapun berdasarkan hasil analisis bahwa permasalahan yang paling sering terjadi di karenakan masyarakat belum mengetahui manfaat cara membuat desain kemasan produk (*packaging*) *mockups* dan *smartmockups* di *canva*.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 09 Juli 2023, bertempat di Aula Desa Cikancung, Kecamatan Cikancung, Kabupaten Bandung, dengan durasi waktu selama 120 menit. Adapun metode yang digunakan yaitu metode *Participatory Action Research* (PAR), diawali dengan tahap persiapan, dilanjutkan dengan tahap pelaksanaan kemudian diakhiri dengan edukasi cara membuat desain kemasan produk *mockups* dan *smartmockups* di *canva*.

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan seputar pengenalan cara desain kemasan produk, di awali kegiatan untuk mengukur pengetahuan para peserta, lalu diakhiri dengan demonstrasi dan implementasi penggunaan beberapa fitur dan fungsi pada *platform Canva* dan *Smartmockups*. Alat dan bahan ajar yang digunakan selama melaksanakan kegiatan di antaranya laptop atau komputer dengan akses internet, *speaker* atau *microphone*, *smartphone* dan *projector*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan kegiatan observasi yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan (Desa Cikancung)

Tahap Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan dalam dua termin acara sesuai dengan masalah yang ditemukan pada saat observasi. Termin pertama yaitu mengenalkan cara desain kemasan produk (*packaging*) di canva.



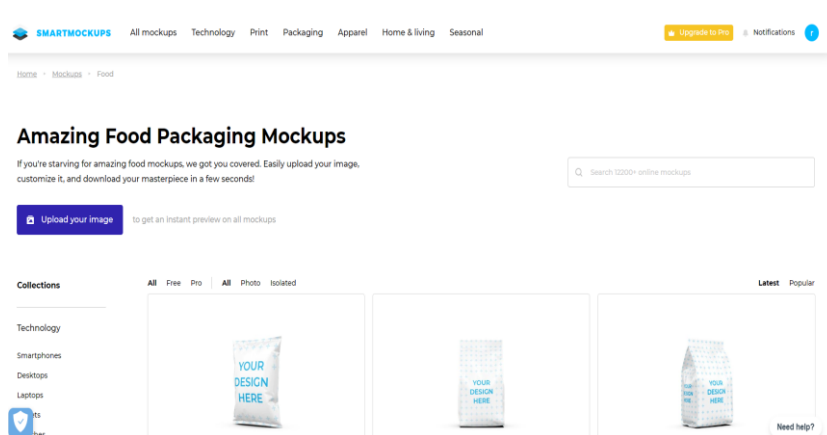
Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

Tahap Edukasi

Pada termin yang kedua dilakukan edukasi, demonstrasi serta implementasi penggunaan beberapa fitur pada *platform mockups* dan *smartmockups*.



Gambar 3. Tahap Edukasi/Pelatihan



Gambar 4. Tampilan Aplikasi *Smartmockups*

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa manfaat yang dapat dirasakan oleh para pelaku UMKM di Desa Cikancung berkaitan dengan cara membuat desain kemasan produk *mockups* dan *smartmockups* di Canva yakni sebagai berikut :

1. Meningkatkan kualitas desain kemasan; dengan menggunakan Canva dan mempelajari teknik desain kemasan, pelaku UMKM di Desa Cikancung dapat meningkatkan kualitas desain kemasan produk. Desain yang menarik dan profesional dapat membantu produk tampil lebih menonjol di pasar dan menggugah minat calon konsumen.
2. Meningkatkan citra dan *branding* produk; melalui sosialisasi ini, para pelaku UMKM dapat memahami pentingnya *branding* dan identitas merek dalam desain kemasan. Dengan menggunakan logo, warna, dan elemen khas merek, dapat membangun citra merek yang kuat dan konsisten di mata konsumen.
3. Mempermudah promosi dan pemasaran; desain kemasan yang menarik dan profesional dapat membantu produk lebih mudah dipromosikan dan

dipasarkan. Dengan memahami penggunaan *smartmockups*, pelaku UMKM dapat menghadirkan desain kemasan dalam bentuk visual yang lebih nyata, memperlihatkan bagaimana produk akan tampak dalam kemasan fisik.

4. Menarik lebih banyak konsumen; kemasan produk yang menarik dan unik dapat menarik lebih banyak konsumen. Dengan memahami cara menggunakan Canva dan *smartmockups*, pelaku UMKM dapat menciptakan desain kemasan yang sesuai dengan pasar dan audien, sehingga meningkatkan daya tarik produk.
5. Meningkatkan daya saing produk; dalam dunia bisnis yang kompetitif, desain kemasan yang menonjol dapat membantu produk bersaing di pasar. Dengan menguasai teknik desain melalui Canva, para pelaku UMKM dapat menciptakan kemasan produk yang berbeda dan menarik perhatian konsumen.
6. Hemat biaya produksi; menggunakan Canva dan *smartmockups* memungkinkan pelaku UMKM untuk membuat desain kemasan sendiri tanpa harus mengandalkan jasa desainer profesional. Hal ini dapat menghemat biaya produksi dan memungkinkan untuk lebih mandiri dalam hal desain.
7. Meningkatkan penjualan dan keuntungan; dengan desain kemasan yang menarik dan berkelas, produk memiliki peluang lebih tinggi untuk berhasil di pasar. Peningkatan penjualan ini akan berdampak positif pada keuntungan bisnis pelaku UMKM di Desa Cikancung.

Selain ragam manfaat yang telah dijabarkan di atas, sebenarnya masih banyak manfaat yang dapat diperoleh dari cara membuat desain kemasan produk *mockups* dan *smartmockups* di Canva, akan tetapi dengan penguasaan keterampilan ini, pelaku UMKM di Desa Cikancung dapat lebih mandiri dalam mengelola desain kemasan produk, meningkatkan kesadaran merek, dan mencapai kesuksesan di pasar yang kompetitif. Oleh karena itu semoga bisa mendorong pelaku UMKM untuk mengambil langkah maju dalam mengembangkan bisnis dan meraih kesuksesan yang lebih besar di masa depan.

PENUTUP

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa kegiatan ini sesuai dan relevan. Hal ini terlihat dari antusias peserta dalam mengikuti kegiatan dengan aktif bertanya pada saat materi disampaikan. Kegiatan ini juga dapat memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas produk dan mengembangkan bisnis dengan lebih baik. Selain itu, penguasaan Canva dan *smartmockups* memungkinkan untuk mengurangi biaya produksi dan mengelola desain kemasan sendiri tanpa bergantung pada pihak eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. A. Wikantari, D. B. Pinem, and D. Desmintari, "Literasi Keuangan terhadap Keberlanjutan UMKM di Kota Depok," *Ikra-Ith Abdimas*, vol. 6, no. 2, pp. 176–182, 2022, doi: 10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2425.
- [2] M. N. D. Andayana, "Perubahan Prilaku Konsumen Dan Eksistensi UMKM Di Era Pandemi Covid-19," *Glory J. Ekon. Ilmu Sos.*, vol. 2, no. 2, pp. 39–50,

- 2020, [Online]. Available: <http://ejurnal.undana.ac.id/glory/article/view/3372>
- [3] L. Marlinah, "Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional," *J. Ekon.*, vol. 22, no. 2, pp. 118–124, 2020.
- [4] Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, and Anandha Sartika Putri, "Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri," *PaKMas J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 347–353, 2022, doi: 10.54259/pakmas.v2i2.1268.
- [5] A. Wicaksana and T. Rachman, "Optimalisasi Penggunaan Kemasan Pempek Sutra Pada Usaha Home Industri Rani di Desa Mendalo Darat Kec. Jaluko Sylvia," *Angew. Chemie Int. Ed.* 6(11), 951–952., vol. 3, no. 1, pp. 10–27, 2018, [Online]. Available: <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>