

PELATIHAN PEMBUATAN LABEL KEMASAN DENGAN APLIKASI CANVA UNTUK MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN

Dexi Triadinda¹, Dini Yani², Dwi Epty Hidayati³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

dexidinda@ubpkarawang.ac.id diniyani@ubpkarawang.ac.id
dwi.epty@ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Penyelenggaraan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi pada masyarakat desa di lingkungan Kabupaten Kuningan khususnya generasi Z yang terlibat dalam kegiatan usaha ataupun yang berminat memiliki sebuah usaha. Dimulai dari bagaimana merencanakan design label yang kekinian menggunakan aplikasi Canva. Manfaat dan fungsi pada pengertian label dalam kemasan produk berarti sebagai identitas untuk membedakan antara produk satu dengan yang lain. Metode yang dilakukan adalah dengan kegiatan sosialisasi dan pelatihan pada UMKM generasi Z pada binaan UPTD Kabupaten Kuningan.

Kata kunci : *Promosi, Packaging, Canva*

Abstract

The implementation of this community service activity aims to provide socialization to village communities in Kuningan Regency, especially generation Z who are involved in business activities or who are interested in having a business. Starting from how to plan a contemporary label design using the Canva application. The benefits and functions of the meaning of labels in product packaging mean as an identity to distinguish between one product and another. The method used is through socialization and training activities for generation Z MSMEs under the guidance of the Kuningan Regency UPTD.

Keywords: Promotion, Packaging, Canva

PENDAHULUAN

Sebagai generasi yang tumbuh di era teknologi internet dan media sosial, Gen Z yang lahir tahun 1997-2012 sangat terobsesi memiliki kehidupan yang nyaman dan sukses sebagaimana para pesohor yang dilihatnya di Youtube atau Instagram. Menjadi pengusaha terlihat menyenangkan, karena mereka memiliki kebebasan waktu dan punya peluang penghasilan lebih besar. Minat generasi muda di Indonesia akan berwirausaha memiliki angka yang cukup tinggi. Dari 64% total penduduk muda di Indonesia, setidaknya terdapat 73% yang tertarik untuk berwirausaha. Banyak kelebihan yang dimiliki oleh generasi Z terutama dari segi pemanfaatan teknologi, hal ini dapat menjadi peluang untuk menumbuhkan para generasi Z menjadi wirausahawan muda (N.Aini,2022). Salah satu cara agar merek produk atau layanan jasa menjadi terkenal adalah dengan membangun merek yang kuat. Untuk melakukan hal ini diperlukan penerapan beberapa strategi untuk membangun merek, salah satunya dengan komunikasi pemasaran membangun merek yang efektif.

Cara yang paling pertama dan utama untuk membangun merek adalah memiliki design logo yang mudah dikenali oleh para Gen Z dan milenial. Desain logo yang menarik akan menciptakan kesan profesional dari produk atau layanan jasa itu sendiri. Untuk membuat desain logo yang menarik dapat menggunakan aplikasi Canva.

Generasi Z yang berwirausaha perlu membuat logo yang sederhana, namun menarik secara visual. Dengan kata lain, tidak perlu membuat logo produk yang menceritakan atau menjelaskan bisnis secara keseluruhan, namun pesan produk bisa sampai. Desain logo yang sederhana akan membuat para Gen Z dan milenial semakin penasaran dan mudah untuk mengingat cara pembuatannya. Sehingga kegiatan pengabdian di desa Binaan UPTD Kabupaten Kuningan diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru terkait keterampilan mendesign kemasan dengan memanfaatkan aplikasi Canva.

METODE

Strategi yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Sosialisasi pentingnya mengkomunikasikan produk pada konsumen melalui logo.

Agenda Kegiatan

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi :

- a. Koordinasi pada setiap dosen sesuai dengan rumpun keilmuan.
- b. Penyusunan materi dengan tim pengabdian

2. Tahap pelaksanaan

- a. Persiapan perlengkapan presentasi
- b. Kordinasi dengan tim penngabdian
- c. Sosialisasi materi terkait design logo dengan menggunakan aplikasi Canva
- d. Pelatihan menggunakan Canva khususnya pada design logo
- e. Review dan evaluasi materi dengan memberikan kuesioner pada peserta pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuningan, 30 September 2024 – Dalam upaya meningkatkan kemampuan dan daya saing masyarakat di bidang digital, kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema **“Pemberdayaan Komunitas Melalui Pengembangan Keterampilan & Inovasi Digital Untuk UMKM dan Siswa/i SMK”** telah sukses dilaksanakan di **UPTD PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu) KUMKM, Kab. Kuningan** dan **SMK Karya Nasional, Kab, Kuningan**. Kegiatan ini diadakan dengan tujuan memberikan keterampilan praktis di bidang teknologi digital kepada pelaku UMKM dan siswa/i SMK, untuk mendorong mereka lebih adaptif terhadap perkembangan dunia usaha dan industri yang semakin berbasis digital. Acara ini diikuti oleh lebih dari 80 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM, siswa/i SMK, serta perwakilan komunitas di wilayah Kuningan dan sekitarnya. Selama acara berlangsung, peserta mendapatkan berbagai pelatihan dan pendampingan

yang mencakup keterampilan dasar hingga lanjutan dalam bidang digital, seperti strategi pemasaran digital, pengelolaan media sosial untuk bisnis, teknik pembuatan konten kreatif, serta penggunaan teknologi sederhana untuk menunjang produktivitas usaha. Para pemateri dalam acara ini adalah profesional dan praktisi di bidang teknologi digital serta kewirausahaan, yang berbagi wawasan dan pengalaman mereka dengan cara yang interaktif dan aplikatif. Salah satu segmen acara yang menarik perhatian peserta adalah workshop langsung tentang "Pemasaran Digital Kreatif untuk Produk Lokal", di mana para pelaku UMKM dan siswa/i SMK diajarkan cara memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan daya saing dan pemasaran produk mereka secara efektif. Menurut Himawan Pramulanto, selaku koordinator kegiatan pengabdian masyarakat ini, "Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan dampak yang berkelanjutan bagi komunitas di Kuningan. Dengan kemampuan digital yang mumpuni, kami berharap para pelaku UMKM dan generasi muda di SMK bisa bersaing di pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke tingkat nasional maupun global."

Salah satu peserta yang juga pelaku UMKM, mengungkapkan antusiasmenya setelah mengikuti kegiatan ini, "Pelatihan ini membuka wawasan kami tentang pentingnya inovasi digital. Sekarang kami lebih percaya diri untuk memasarkan produk kami melalui platform online dan menjangkau konsumen yang lebih luas."

Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga diharapkan menjadi pemicu terbentuknya jaringan kerjasama antara komunitas lokal, institusi pendidikan, dan pemerintah setempat. Dengan demikian, dukungan dan pembinaan dalam bidang digitalisasi untuk UMKM dan siswa/i SMK bisa terus berkelanjutan, menguatkan ekonomi lokal, serta menyiapkan generasi muda yang siap menghadapi tantangan dunia digital.

Kegiatan ini merupakan bagian dari komitmen institusi penyelenggara untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dalam bidang pemberdayaan ekonomi dan pendidikan, khususnya dalam menghadapi era industri 4.0 yang penuh tantangan. Kami berharap program ini dapat terus dikembangkan dan menjadi inspirasi bagi kegiatan serupa di berbagai wilayah lain.



Gambar 1 Foto Kegiatan

PLUT DINKOP (UMKM)	13	Pengelolaan Keuangan dan Administrasi Usaha	1	Ayi Nurbaeti, S.E., Sy., M.E.	02116077903	8048757658230183	Perbankan Syariah	STIE Syariah Indonesia Purwakarta
			2	Dr. Popon Rabia Adawia, S.E., M.M.	0412127806	2544754655230183	Manajemen	Universitas Bina Sarana Informatika
			3	Indria Widyastuti, S.E., M.Si.	0319117402	6451752653230083	Akuntansi	Universitas Bina Sarana Informatika
			4	Zahra, S.Pd., M.M.	0422057103	1844749650230102	Manajemen	Universitas Bina Sarana Informatika
			5	Triana Apriani, SHI, M.E.	02108048302	3740761662300032	Perbankan Syariah	STAI Pelita Nusa Bandung Barat
	14	Pelatihan Public Speaking untuk Konten Media Sosial dan Design Canva	1	Dexi Triadinda, S.E., M.M.	0423129002	4555768669230243	Manajemen	Universitas Buana Perjuangan
			2	Dr. Hj. Rina Nurhayati, M.Si.	0412027706	7544755656230132	Perbankan Syariah	STIE Syariah Indonesia Purwakarta
			3	Zaenah, S.E., M.A.	0403017503	6435753654230102	Manajemen	STIE Dharma Agung Indonesia
			4	Yenia Endriastuty, S.T., M.A.	0308017405	5440752653230092	Manajemen	STIE Dharma Agung Indonesia
			5	Ir. Hj. Sri Purwati, M.Si.	0001046701	0733745646230152	Manajemen	STIE Bisnis Indonesia

Rekomendasi Untuk Kegiatan Selanjutnya

Kegiatan selanjutnya adalah dilakukan monitoring pengembangan produk yang telah ada pada UMKM binaan UPTD Kabupaten Kuningan dengan menerapkan metode lainnya seperti penggunaan design logo dengan menggunakan designbold, piktochart. Pengabdian juga dapat dikembangkan agar lebih inovatif dan semakin banyak pematernya dengan mengadaptasi pengabdian kolaborasi bersama dengan Universitas dalam negeri ataupun Universitas Luar Negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnew, P., A., S., Kellerman & M., J., Meyer. 1996. *Multimedia In The. Classroom*. Boston: Allyn and Bacon.
- Agrosiana. 2014. Mengenal Jenis-jenis Kopi Budidaya. <https://alamtani.com/jenis-kopi>. Diunduh tanggal 14 Januari 2022.
- Bhara, L.A.M. 2005. Pengolahan Kopi. Bogor: Fakultas Teknologi Institut Pertanian Bogor.
- Boone, L., E. dan D. L. Kurtz. 2000. Pengantar bisnis jilid 1; alih bahasa Emil Salim dkk. Jakarta: Erlangga
- Boyd, H. W. 2000. Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global”, Jakarta : Erlangga.
- Dimas. 2021. Cara Menanam Kopi. <https://kutanam.com/cara-menanam-kopi/> Diunduh pada tanggal 14 Januari 2022
- Dharmmesta, B., S. 2014. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE. Gitosudarmo,
- I. 2017. *Manajemen Pemasaran*: Edisi Kedua. Yogyakarta : BPFE.
- Kotler, P. and K.L. Keller. 2010. Manajemen Pemasaran Edisi ke-13. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1. Edisi 12. Terjemahan: Bob Sabran. Editor : Adi Maulana, Devri Barnadi, Wibi Hardani. Jakarta: Erlangga
- Latupeirissa, E. 2019. Budidaya Tanaman Kopi. <http://cybex.pertanian.go.id/mobile/artikel/89112/BUDIDAYA-TANAMAN-KOPI/> Diunduh tanggal 14 Januari 2022.
- Saputra, E., 2008. Kopi. Yogyakarta: Harmoni
- Supargo, A. 2019. Mengenal Jenis-Jenis Tanaman Kopi yang Ada di Indonesia. Editor Sri Anindiati Nursastri. [Kompas.comhttps://travel.kompas.com/read/2019/08/13/130800627/mengenal-jenis-jenis-tanaman-kopi-yang-ada-di-indonesia?page=all](https://travel.kompas.com/read/2019/08/13/130800627/mengenal-jenis-jenis-tanaman-kopi-yang-ada-di-indonesia?page=all). Diunduh tanggal 14 Januari 2022.
- Tjiptono, F. 2015. Strategi Pemasaran Edisi ke-4. Yogyakarta: Penerbit Andi