

DESAIN KREATIF DAN TERJANGKAU: OPTIMALISASI CANVA UNTUK INOVASI KEMASAN DAN PENINGKATAN NILAI JUAL PRODUK DI UMKM DESA BANDAR KUMBUL

Siti Rodiyah^{1*}, Mulkan Ritonga², Yuniman Zebua³

Siti Rodiyah, Program Studi Manajemen, Universitas Labuhanbatu, Jl. Sisingamangaraja No. 126-A KM. 3,5, Aek Tapa, Bakaran Batu, Rantau Selatan, Kabupaten Labuhanbatu, Sumatera Utara.

E-mail: rodiyah6231@gmail.com

*Corresponding Author

 <https://doi.org/>

ARTICLE INFO

Article history

Received:

Revised:

Accepted:

Kata Kunci:

UMKM, Inovasi Kemasan, Desain Grafis Digital, Canva, Nilai Jual Produk.

Keywords

MSMEs, Packaging Innovation, Digital Graphic Design, Canva, Product Value.



ABSTRACT

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, namun masih menghadapi berbagai kendala terutama pada aspek branding dan desain kemasan produk. Permasalahan ini juga ditemukan pada UMKM di Desa Bandar Kumbul yang sebagian besar masih menggunakan kemasan sederhana tanpa identitas visual yang jelas sehingga kurang menarik bagi konsumen. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam mendesain kemasan produk secara kreatif melalui pemanfaatan aplikasi Canva. Metode kegiatan meliputi tahap persiapan melalui observasi dan analisis kebutuhan, tahap pelaksanaan berupa sosialisasi, pelatihan, serta praktik langsung pembuatan desain kemasan, dan tahap evaluasi hasil kegiatan. Program ini diikuti oleh 30 pelaku UMKM yang bergerak di bidang olahan makanan dan hasil pertanian di Desa Bandar Kumbul. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat desain label produk secara mandiri menggunakan Canva. Desain kemasan yang dihasilkan menjadi lebih menarik, informatif, dan memiliki identitas visual yang lebih jelas sehingga berpotensi meningkatkan daya tarik serta nilai jual produk UMKM.

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in the economy, yet they still face various challenges, particularly in branding and product packaging design. This problem was also found among MSMEs in Bandar Kumbul Village, where most products still used simple packaging without a clear visual identity, making them less attractive to consumers. This community service activity aimed to improve the skills of MSME actors in designing creative product packaging through the use of the Canva application. The implementation method included preparation through observation and needs analysis, implementation through socialization, training, and hands-on practice in packaging design, and evaluation of the activity results. The program involved 30 MSME participants engaged in processed food and agricultural products in Bandar Kumbul Village. The results showed an improvement in participants' understanding and skills in creating product label designs independently using Canva. The packaging designs produced were more attractive and informative, which potentially increased the attractiveness and selling value of MSME products.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Siti Rodiyah, et al (2026). Desain Kreatif dan Terjangkau: Optimalisasi Canva Untuk Inovasi Kemasan dan Peningkatan Nilai Jual Produk di UMKM Desa Bandar Kumbul. 1-7. doi: <https://doi.org/10.31004/jerkin.v1i1>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar fundamental ekonomi yang menopang stabilitas dan pertumbuhan suatu negara, dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta peran krusial dalam inklusi sosial seperti mitigasi kemiskinan, pemerataan pendapat, dan yang paling utama, sebagai penyerap tenaga terbesar untuk mengatasi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Amalina, 2024). Selain itu, keberadaan UMKM juga dipercaya memiliki peran yang signifikan dalam pembangunan ekonomi suatu negara (Ritonga et al., 2023). Meskipun strategis, UMKM menghadapi tantangan utama berupa daya saing pasar yang ketat (terutama dalam branding dan kemasan), keterbatasan akses permodalan, rendahnya literasi digital, kesulitan memenuhi standar kualitas dan regulasi, serta keterbatasan SDM dalam manajemen dan inovasi, yang mengharuskan mereka untuk beradaptasi cepat melalui strategi pemasaran kreatif, penguatan merek, dan inovasi kemasan guna bersaing di tengah arus globalisasi dan produk impor.

Peran kemasan bagi sebuah produk telah melampaui fungsi dasarnya sebagai pelindung (Rizianiza et al., 2021), kemasan kini berfungsi sebagai alat branding yang sangat penting yang berpotensi besar untuk menarik perhatian dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kemasan yang dirancang dengan baik menjadi garda terdepan produk di pasar. Ironisnya, tren industri yang berlomba-lomba menciptakan kemasan visual yang menawan ini belum sepenuhnya diaplikasikan oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Khususnya bagi UMKM yang berlokasi di wilayah terpencil, kendala sumber daya dan pengetahuan sering kali membuat mereka cenderung menggunakan desain kemasan yang kaku, kurang inovatif, dan visualnya tidak menarik, sehingga menghambat daya saing mereka di pasaran.

Permasalahan umum terkait branding dan kemasan ini terkonfirmasi secara spesifik di sentra UMKM Desa Bandar Kumbul. Mayoritas pelaku usaha di desa ini bergerak pada sektor olahan makanan dan hasil tani yang memiliki potensi kualitas tinggi. Namun, inovasi kemasan menjadi titik lemah utama. Sebagian besar produk masih menggunakan kemasan yang sangat sederhana (misalnya, plastik polos atau label tempel tanpa desain grafis yang terstruktur). Kurangnya inovasi kemasan ini menyebabkan produk UMKM Desa Bandar Kumbul belum mampu menembus pasar modern, sehingga gagal menarik perhatian pasar yang lebih luas (terutama generasi muda), dan tidak mampu memberikan nilai tambah yang signifikan pada produk, meskipun kualitas isinya terjamin.

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa masalah desain kemasan pada UMKM Desa Bandar Kumbul bukan hanya masalah kreativitas, melainkan masalah aksesibilitas dan biaya. Pengembangan kemasan yang inovatif sering kali terbentur oleh tingginya biaya untuk menyewa jasa desainer profesional, yang tidak realistis bagi UMKM dengan margin keuntungan yang kecil. Situasi ini menuntut adanya solusi yang bersifat low-cost namun berdampak tinggi (high- impact) dalam aspek desain kemasan. Solusi yang ideal adalah memberdayakan UMKM agar mereka dapat melakukan re-desain kemasan secara mandiri dan berkelanjutan (in-house), tanpa harus terus bergantung pada pihak eksternal, sehingga aspek branding produk dapat dikontrol langsung oleh pemilik usaha.

Perkembangan teknologi memberikan peluang besar bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing melalui strategi promosi digital (Prayoga et al., 2025). Dalam konteks mencari solusi yang low-cost dan high-impact, ketersediaan platform desain grafis berbasis web, seperti Canva, menawarkan peluang yang sangat strategis. Canva dikenal karena antarmuka yang sangat ramah pengguna (user-friendly), menyediakan berbagai template desain yang luas, dan dapat diakses secara gratis maupun berbayar minimal. Karakteristik ini menjadikannya alat yang ideal untuk mengajarkan keterampilan desain praktis kepada pelaku UMKM yang tidak memiliki latar belakang pendidikan formal. Oleh karena itu, optimalisasi Canva dipilih sebagai pendekatan yang paling sesuai untuk mendekonstruksi hambatan desain dan menjanjikan inovasi kemasan yang terjangkau.

Meskipun literasi digital dasar seperti penggunaan Canva mulai diperkenalkan, masih sangat sedikit program pengabdian yang secara khusus mengoptimalkan platform tersebut untuk desain kemasan UMKM guna meningkatkan nilai jual di tingkat desa. Sebagian besar program masih berfokus pada pemasaran umum dan belum menekankan praktik pembuatan kemasan yang menarik, padahal kemasan merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian. Karena itu, kegiatan PKM ini dirancang untuk mengisi celah tersebut melalui pelatihan dan pendampingan yang terarah sesuai kebutuhan

UMKM olahan makanan dan hasil tani di Desa Bandar Kumbul. Dengan judul “Desain Kreatif dan Terjangkau: Optimalisasi Canva untuk Inovasi Kemasan dan Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Desa Bandar Kumbul,” program ini menargetkan tiga hal utama: peningkatan keterampilan desain kemasan digital, pembuatan prototipe kemasan baru yang lebih menarik, serta evaluasi dampak visual dan potensi peningkatan nilai jual produk. Hasil kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM Desa Bandar Kumbul, tetapi juga menjadi model pelatihan desain kemasan berbasis platform digital yang dapat direplikasi di wilayah pedesaan lainnya.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Aula Desa Bandar Kumbul. Desa ini dipilih karena sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan kemasan sederhana dan belum memiliki keterampilan dalam memanfaatkan media digital untuk mendukung pemasaran produk. Pelaksanaan kegiatan direncanakan berlangsung dengan berbagai rangkaian aktivitas yang mencakup pembukaan acara, penyampaian materi, praktik langsung, pendampingan intensif, dan evaluasi hasil pelatihan. Kegiatan ini turut melibatkan perangkat desa, narasumber profesional, serta mahasiswa KKN-PMM Universitas Labuhanbatu yang membantu dalam proses koordinasi dan teknis pelaksanaan program.

Sasaran kegiatan PKM ini adalah para pelaku UMKM di Desa Bandar Kumbul, yang terdiri dari pelaku usaha rumah tangga, anggota kelompok PKK, petani, serta masyarakat yang terlibat dalam produksi dan penjualan produk pertanian maupun olahan lokal. Berdasarkan daftar hadir kegiatan, jumlah peserta mencapai 30 orang, dengan variasi latar belakang usaha dan pengalaman digital yang berbeda-beda. Keterlibatan peserta yang heterogen ini memperlihatkan tingginya kebutuhan terhadap peningkatan keterampilan pemasaran digital, khususnya dalam desain kemasan produk. Melalui pelaksanaan kegiatan ini, peserta diharapkan mampu memahami pentingnya identitas visual produk serta mampu memanfaatkan aplikasi Canva sebagai alat desain yang mudah diakses dan digunakan.

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Untuk gambaran yang lebih jelas, alur kegiatan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan observasi dan analisis kebutuhan untuk memastikan pelatihan yang diberikan relevan dan sesuai dengan kondisi nyata para pelaku UMKM di Desa Bandar Kumbul. Melalui tahap ini, tim mengidentifikasi keterampilan yang perlu ditingkatkan serta kendala yang dihadapi peserta dalam desain kemasan. Kegiatan didukung oleh perangkat seperti smartphone atau laptop, proyektor, dan sound system. Selain itu, digunakan aplikasi Canva dan koneksi internet sebagai sarana praktik desain. Modul pelatihan serta sampel produk UMKM juga disiapkan sebagai media pembelajaran langsung.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi kepada masyarakat Desa Bandar Kumbul mengenai pentingnya membangun citra produk melalui kemasan yang menarik serta perlunya adaptasi teknologi dalam menjalankan usaha. Kegiatan ini bertujuan menumbuhkan kesadaran pelaku UMKM terhadap peran desain dalam meningkatkan daya saing produk. Tahap selanjutnya berupa pelatihan dan pendampingan teknis penggunaan aplikasi Canva. Peserta dibimbing secara langsung dalam menyusun elemen desain seperti logo, label, dan informasi produk. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan mampu menghasilkan kemasan yang lebih profesional dan meningkatkan nilai jual produk.

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi hasil dimaksudkan untuk meninjau sejauh mana program ini memberikan dampak nyata terhadap keterampilan peserta. Fokus utamanya adalah menilai keselarasan antara materi yang disampaikan dengan kualitas desain kemasan yang dihasilkan, guna memastikan adanya perubahan nyata pada tampilan produk UMKM, dari kemasan tradisional yang sederhana menjadi kemasan dengan desain profesional yang mampu menarik perhatian konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di Aula Desa Bandar Kumbul pada tanggal 18 September 2025 mulai pukul 08.00 hingga 17.00 WIB. Kegiatan ini diikuti oleh sekitar 30 pelaku UMKM yang berasal dari berbagai latar belakang usaha, seperti olahan makanan ringan, hasil pertanian, dan usaha rumah tangga. Selain peserta utama, kegiatan juga melibatkan perangkat desa, narasumber profesional, serta mahasiswa KKN-PMM Universitas Labuhanbatu yang membantu dalam aspek koordinasi dan teknis pelaksanaan.

Secara umum, kondisi awal UMKM di Desa Bandar Kumbul menunjukkan bahwa sebagian besar produk masih menggunakan kemasan sederhana tanpa identitas visual yang jelas. Kemasan yang digunakan umumnya berupa plastik polos dengan label seadanya, sehingga produk kurang menarik dan sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Kondisi tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan pelatihan desain kemasan berbasis digital. Desain kemasan yang kreatif secara efektif mampu menumbuhkan perhatian konsumen terhadap suatu produk tertentu (Shukla et al., 2022). Selain itu, terdapat pergeseran fungsi kemasan yang awalnya hanya digunakan sebagai pembungkus makanan, namun kini telah bertransformasi menjadi sarana utama untuk menarik minat konsumen (Muslimin et al., 2022).

Rangkaian kegiatan diawali dengan pembukaan dan penyampaian materi mengenai pentingnya identitas visual, desain kemasan, serta branding produk dalam meningkatkan daya saing usaha. Peserta diberikan pemahaman bahwa kemasan merupakan elemen penting yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Setelah sesi materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik langsung pembuatan desain label menggunakan aplikasi Canva yang didampingi secara intensif oleh tim pelaksana.



Gambar 1: Dokumentasi Kegiatan

Pada tahap praktik, peserta dibimbing dalam menentukan elemen visual seperti pemilihan warna, jenis huruf, tata letak, serta penyusunan informasi produk sesuai karakter usaha masing-masing. Kegiatan diakhiri dengan evaluasi hasil pelatihan melalui peninjauan desain yang telah dibuat oleh peserta guna memastikan bahwa keterampilan yang diberikan dapat diterapkan secara mandiri.

Pelatihan yang dilaksanakan memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan peserta dalam bidang desain kemasan. Sebagian besar peserta yang sebelumnya belum pernah menggunakan aplikasi desain grafis kini mampu membuat desain label secara mandiri menggunakan Canva. Hal ini sejalan dengan hasil evaluasi kegiatan serupa oleh (Arifin et al., 2024) yang menyatakan bahwa pengetahuan yang baik tentang desain kemasan yang didukung dengan kemampuan teknis merupakan sebuah kolaborasi yang kompleks untuk dapat mengembangkan produk-produk yang dihasilkan. Dengan adanya pendampingan ini, hambatan teknis tersebut dapat teratasi sehingga peserta memiliki kompetensi nyata dalam memperkuat identitas visual produk mereka.

Tahap berikutnya adalah pengenalan aplikasi Canva sebagai media desain digital yang mudah digunakan dan terjangkau. Peserta diperkenalkan pada fitur-fitur dasar seperti penggunaan template, pengaturan teks, pemilihan warna, serta penambahan elemen grafis. Pendekatan yang digunakan bersifat praktis sehingga peserta dapat langsung mencoba setiap fitur yang dijelaskan.

Selanjutnya, dilakukan praktik langsung pembuatan desain label produk. Peserta diminta membuat desain kemasan sesuai dengan produk masing-masing dengan pendampingan dari tim pelaksana. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu peserta yang mengalami kesulitan serta memastikan hasil desain sesuai dengan prinsip desain yang telah dijelaskan sebelumnya.

Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktis dalam mengoperasikan Canva. Pemanfaatan aplikasi Canva ini tidak hanya memperindah tampilan foto produk UMKM, tetapi juga memberikan peluang besar untuk meningkatkan daya saing dan visibilitas UMKM di pasar digital (Sofica et al., 2024). Dengan demikian, pelaku UMKM diharapkan mampu melakukan inovasi kemasan secara mandiri tanpa harus bergantung pada pihak luar.

Hasil pelatihan menunjukkan adanya perubahan signifikan pada desain kemasan produk UMKM, khususnya pada usaha Rempyek Dua Putri sebagai mitra percontohan. Kemasan yang sebelumnya sederhana tanpa identitas visual kini berubah menjadi kemasan yang lebih menarik dan profesional.



Gambar; 2 Kondisi Kemasan Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Desain label baru memuat elemen penting seperti nama merek, logo, komposisi produk, berat bersih, alamat usaha, serta kontak pemesanan. Penataan informasi yang lebih rapi membuat kemasan terlihat lebih informatif dan mudah dipahami oleh konsumen. Selain itu, penggunaan warna dan tipografi yang tepat memberikan kesan modern dan meningkatkan daya tarik visual produk. Perancangan visual identity suatu produk atau brand ini memiliki peran penting dalam keberhasilan dan konsistensi dari identitas brand yang sudah dibangun, serta dalam penyampaian kesan produk kepada konsumen baik melalui iklan promosi maupun dari kualitas produk itu sendiri (Izza, 2026).

Perbandingan antara kemasan lama dan kemasan baru menunjukkan peningkatan kualitas tampilan produk secara keseluruhan. Produk yang sebelumnya terlihat kurang menarik kini memiliki identitas yang jelas dan lebih mudah dikenali. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi kemasan melalui desain digital mampu memberikan nilai tambah bagi produk UMKM.

Pelatihan optimalisasi Canva yang dilaksanakan menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan peserta dalam desain kemasan. Peserta yang sebelumnya belum memiliki pengalaman menggunakan aplikasi desain grafis kini mampu membuat desain label produk secara mandiri dengan memanfaatkan fitur dasar Canva. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan kompetensi teknis melalui metode pelatihan berbasis praktik langsung dan pendampingan. Selain itu, kegiatan pelatihan juga mendorong perubahan pemahaman peserta mengenai pentingnya aspek visual dalam komunikasi produk (Rusmanto et al., 2025). Peserta mulai menyadari bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media strategis untuk membangun identitas merek serta menarik perhatian konsumen.

Di sisi lain, pelatihan turut meningkatkan literasi digital peserta, terutama dalam memanfaatkan platform desain dan media sosial sebagai sarana promosi. Peserta menjadi lebih percaya diri dalam membuat konten visual secara mandiri dan mulai memahami pentingnya strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Pemahaman terhadap strategi digital diketahui dapat membantu meningkatkan visibilitas bisnis serta memperkuat daya saing usaha di era ekonomi berbasis teknologi (Berto Mulia Wibawa et al., 2023). Meskipun demikian, pelaksanaan pelatihan masih menghadapi kendala seperti keterbatasan kemampuan digital dasar dan perangkat yang digunakan oleh sebagian peserta. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pelaksana memberikan pendampingan tambahan dan penjelasan yang lebih sederhana agar seluruh peserta tetap dapat mengikuti kegiatan dengan baik.

Inovasi kemasan yang dihasilkan melalui pelatihan ini memiliki potensi besar dalam meningkatkan nilai jual produk UMKM. Kemasan yang menarik terbukti berpengaruh positif dan

signifikan terhadap minat beli konsumen serta mampu membentuk citra yang positif sehingga menciptakan kesan bahwa produk memiliki kualitas yang baik dan meningkatkan kepercayaan konsumen (Widiyanti & Telagawathi, 2024). Sejalan dengan hal tersebut, brand image juga diketahui memiliki pengaruh signifikan terhadap purchase intention konsumen (Syifa & Ahmadi, 2025). Dengan demikian, kemasan yang dirancang secara menarik tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga mendorong peningkatan minat beli dan memperluas peluang pemasaran.

Selain meningkatkan daya tarik pasar, kemampuan pelaku UMKM dalam membuat desain kemasan secara mandiri juga memberikan keuntungan dari segi efisiensi biaya. Digitalisasi UMKM diketahui dapat meningkatkan efisiensi operasional serta menekan biaya pemasaran sehingga usaha menjadi lebih efektif dan kompetitif (Rizal et al., 2025). Pelaku usaha tidak perlu lagi mengeluarkan biaya tambahan untuk jasa desain sehingga dapat mengalokasikan sumber daya pada aspek produksi maupun pemasaran lainnya. Penghematan biaya tersebut berpotensi meningkatkan profitabilitas karena penurunan beban operasional dapat memperbesar margin keuntungan yang diperoleh (Perdana et al., 2023). Secara keseluruhan, pelatihan optimalisasi Canva tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam menghasilkan kemasan yang lebih menarik, tetapi juga memberikan dampak strategis terhadap peningkatan nilai jual produk, baik dari sisi daya tarik pasar, penguatan citra merek, maupun efisiensi biaya yang mendukung keberlanjutan usaha UMKM di Desa Bandar Kumbul.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan optimalisasi Canva dalam desain kemasan yang dilaksanakan di Desa Bandar Kumbul memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan pelaku UMKM. Peserta yang sebelumnya belum memiliki pengalaman dalam desain grafis kini mampu membuat desain kemasan produk secara mandiri dengan tampilan yang lebih menarik dan informatif. Perubahan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi Canva dapat membantu pelaku usaha membangun identitas visual produk yang lebih profesional.

Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga mendorong peningkatan literasi digital serta pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya kemasan sebagai strategi pemasaran. Kemasan yang lebih menarik berpotensi meningkatkan minat beli konsumen sekaligus memperkuat citra merek produk. Di sisi lain, kemampuan mendesain kemasan secara mandiri juga memberikan keuntungan berupa efisiensi biaya operasional sehingga pelaku usaha tidak lagi bergantung pada jasa desain eksternal.

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi program, dapat disimpulkan bahwa pelatihan optimalisasi Canva menjadi solusi yang efektif dan terjangkau dalam mendorong inovasi kemasan serta meningkatkan nilai jual produk UMKM di Desa Bandar Kumbul.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Labuhanbatu atas dukungan institusional dan fasilitas akademik yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan ini. Apresiasi juga disampaikan kepada dosen pembimbing atas arahan, bimbingan, dan masukan yang sangat membantu dalam proses penyusunan artikel PKM ini. Ucapan terima kasih turut ditujukan kepada Pemerintah Desa Bandar Kumbul atas izin dan dukungan selama kegiatan berlangsung, serta kepada para pelaku UMKM di Desa Bandar Kumbul yang telah berpartisipasi secara aktif sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

REFERENSI

- Amalina, A. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Perekonomian Nasional. *Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 13(2), 338–348.
- Arifin, M., Purwanto, E., & AR, M. M. S. (2024). Pendampingan Pembuatan Desain Kemasan Pada UMKM Di Desa Sumberangka. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 157–164. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v6i2.1172>
- Berto Mulia Wibawa, Ni Gusti Made Rai, Geodita Woro Bramanti, & Imam Baihaqi. (2023). Meningkatkan Daya Saing Pengusaha Perempuan melalui Pelatihan Mindset Kewirausahaan dan

- Literasi Digital. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 354–366. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1480>
- Izza, C. R. (2026). Perancangan Visual Identity sebagai Brand Recognition pada Produk Jatim. *Journal of Design and Creative Media Studies*, 1(1), 1–15.
- Muslimin, M., Latif, L. A., Tjiroso, B., & Rais, S. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk-Produk Rumahan Bagi Masyarakat Di Desa Toniku. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 91–98. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v5i1.964>
- Perdana, M. A. C., Sulistyowati, N. W., Ninasari, A., & Mokodenseho, S. (2023). Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(03), 135–148.
- Prayoga, Y., Abdul, H., Harahap, S. Z., Syahfii, M., Umar, S., & Fadlan, F. (2025). Pendampingan Pemanfaatan Media Canva Sebagai Alat Peraga Bisnis Bagi Industri Usaha Keripik Tempe Desa Lingga Tiga. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 8(2).
- Ritonga, M., Muti'ah, R., Bangun, B., Febrian, D., & Sulaiman, S. (2023). Pelatihan Umkm Sebagai Upaya Meningkatkan Literasi Finansial Masyarakat Desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : Aptekmas*, 6(2), 14–21. <http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxixpp14-21>
- Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi dan model bisnis berbasis teknologi untuk keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 52–59.
- Rizianiza, I., Mungil, D., Idhil, A., Abdinus, J., & Pengabdian, J. (2021). Peningkatan Pemahaman Tentang Kemasan Pada UMKM Pengolah Rumput Laut Institut Teknologi Kalimantan Prosentase Kenai kan Jum lah UMKM Indonesia. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 144–152.
- Rusmanto, D. E., Eswono, E. S. P., & Rofi'ah, Z. (2025). Pelatihan Canva Untuk Meningkatkan Kompetensi Desain Digital Pemuda dan UMKM di Desa 3D. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(1), 46–60. <https://doi.org/10.29407/dimastara.v5i1.27101>
- Shukla, P., Singh, J., & Wang, W. (2022). The influence of creative packaging design on customer motivation to process and purchase decisions. *Journal of Business Research*, 147(April), 338–347. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.026>
- Sofica, V., Fauzi, A., Mukhayaroh, A., & Fakhriza, M. H. (2024). Pelatihan Desain Foto Produk UMKM Menggunakan Aplikasi Canva Pada PKK Papan Mas Bekasi. *Journal Of Computer Science Contributions (JUCOSCO)*, 4(1), 47–56. <https://doi.org/10.31599/jucosco.v4i1.3558>
- Syifa, F. A. Y., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh brand image terhadap purchase intention produk leminerale: dengan peran mediasi social influence. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 248–261.
- Widiyanti, N. K. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Minat Beli melalui Brand Image pada Kopi Kemasan Siap Minum Merek Nescafé. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(3), 909–918.