

Pelatihan Desain Kemasan Produk bagi UMKM di Desa Sinar Banten Lampung Tengah

Product Packaging Design Training for MSMEs in Sinar Village, Central Lampung

Maya Riantini¹⁾, Ani Suryani²⁾, Fera Azahrah³⁾

^{1,2,3}Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

¹Email: maya.riantini@fp.unila.ac.id

Received: June 27, 2026

Accepted: July 19, 2026

Published: August 12, 2026

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk lokal melalui pelatihan desain kemasan yang kreatif, fungsional, dan menarik bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM mitra adalah rendahnya kualitas kemasan produk, baik dari segi estetika, informasi produk, maupun daya tarik pasar. Kemasan yang kurang menarik sering kali membuat produk sulit bersaing di pasar modern dan digital. Melalui kegiatan ini, tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan teknis mengenai konsep desain kemasan yang efektif, pemilihan bahan kemasan yang sesuai, serta penggunaan aplikasi desain sederhana seperti *Canva* dan *Adobe Express*. Selain itu, peserta juga dibekali dengan wawasan *branding* dan strategi pemasaran berbasis digital untuk memperluas jangkauan pasar. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan interaktif, praktik desain langsung, dan evaluasi hasil karya peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mendesain kemasan produk yang menarik, informatif, serta sesuai dengan karakteristik produk lokal. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam mendorong kemandirian dan daya saing UMKM di era digital.

Kata Kunci: Desain Kemasan, UMKM, *Branding*, Digitalisasi Produk, Daya Saing.

Abstract: Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises (MSMEs) play a vital role in the national economy, particularly in creating jobs, increasing people's incomes, and driving regional economic growth. This community service program aims to enhance the competitiveness of local products by providing training on creative, functional, and attractive packaging design for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The primary challenge faced by the partner MSMEs is the low quality of their product packaging in terms of visual appeal, product information, and market attractiveness. Inadequate packaging often limits the ability of products to compete in both modern and digital markets. To address this issue, the community service team conducted training and technical assistance on effective packaging design concepts, appropriate packaging material selection, and the use of user-friendly design applications such as *Canva* and *Adobe Express*. In

addition, participants received guidance on branding strategies and digital marketing to expand their market reach. The implementation methods included socialization, interactive training sessions, hands-on design practice, and evaluation of participants' packaging designs. The results demonstrated a significant improvement in participants' knowledge and skills in designing attractive, informative, and market-oriented packaging that reflects the unique characteristics of local products. Therefore, this program contributes to strengthening the independence and competitiveness of MSMEs in the digital era.

Keywords: *Keywords: Packaging Design, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Branding, Product Digitization, Competitiveness.*

PENDAHULUAN

Desa Sinar Banten memiliki berbagai potensi dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), salah satunya didukung oleh ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai. Potensi tersebut antara lain berasal dari ibu-ibu PKK yang memiliki pengalaman dalam menjalankan usaha, khususnya di Desa Srimulyo. Selain itu, akses terhadap bahan baku juga relatif mudah karena tersedianya berbagai toko yang menyediakan kebutuhan produksi. Kondisi tersebut didukung oleh infrastruktur jalan yang baik, sehingga mempermudah mobilitas dan transportasi dari Desa Sinar Banten ke wilayah sekitarnya. Dengan demikian, ketersediaan SDM, kemudahan memperoleh bahan baku, serta akses transportasi yang memadai menjadi faktor pendukung dalam pengembangan UMKM di Desa Sinar Banten.

Salah satu UMKM yang sudah berjalan di Desa Srimulyo adalah pembuatan keripik pisang. Pembuatan keripik pisang tersebut menggunakan minyak, sehingga menghasilkan banyak minyak jelantah. Apabila dibuang sembarangan, minyak jelantah tersebut dapat mencemari lingkungan. Minyak jelantah adalah minyak sisa yang didapat setelah melakukan kegiatan masak-memasak. Minyak sisa ini bisa didapatkan dari penggunaan berbagai jenis minyak goreng baik itu minyak sayur, minyak samin, minyak jagung, dan sebagainya. Minyak jelantah biasanya di dapatkan setelah berkali-kali memasak menggunakan minyak yang sama, hingga 4 kali penggunaan (Kenarni, 2022). Akibat telah digunakan berkali-kali minyak jelantah memiliki kandungan lemak yang tinggi, sehingga apabila digunakan lagi

untuk pengolahan pangan dapat menyebabkan penyakit seperti kolestrol, aterosklerosis, dan sebagainya (Karminingtyas, 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Di Kabupaten Lampung Tengah, sebagian besar UMKM bergerak pada sektor pengolahan pangan lokal, seperti keripik singkong, kopi bubuk, madu, dan berbagai hasil pertanian lainnya. Meskipun memiliki kualitas dan cita rasa yang baik, produk-produk tersebut masih menghadapi kendala dalam aspek kemasan dan *branding*. Sebagian besar produk lokal masih menggunakan kemasan sederhana dengan desain yang kurang menarik serta informasi produk yang belum memadai. Kondisi ini menyebabkan produk UMKM kurang mampu menarik perhatian konsumen dan menghadapi kesulitan dalam bersaing di pasar modern maupun pasar digital.

Dalam konteks pemasaran, kemasan (*packaging*) bukan sekadar wadah pelindung produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang mencerminkan identitas dan kualitas produk. Desain kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik produk dapat meningkatkan minat beli konsumen serta memperkuat citra merek (*branding*). Penelitian menunjukkan bahwa hingga 70% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh tampilan kemasan produk. Oleh karena itu, kemampuan pelaku UMKM dalam merancang desain kemasan yang efektif menjadi aspek strategis untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk mereka di pasar. Pada kenyataannya, sebagian besar pelaku UMKM di pedesaan masih menghadapi keterbatasan dalam pengetahuan desain grafis, pemanfaatan teknologi digital, serta pemahaman mengenai standar kemasan yang baik dan sesuai dengan ketentuan. Mereka cenderung menggunakan desain kemasan yang sederhana dan seadanya tanpa mempertimbangkan elemen visual penting, seperti pemilihan warna, tipografi, logo, serta kelengkapan informasi legalitas produk, seperti komposisi, izin edar, dan label halal. Kondisi tersebut menyebabkan produk yang sebenarnya memiliki kualitas dan potensi pasar

yang baik menjadi kurang menarik secara visual bagi konsumen. Akibatnya, produk-produk UMKM pedesaan sering kali kurang mampu membangun citra merek yang kuat dan menghadapi kesulitan dalam bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain yang telah didukung oleh desain kemasan yang lebih profesional, informatif, dan menarik.

Melihat permasalahan tersebut, tim pengabdian Universitas Lampung berinisiatif melaksanakan kegiatan “Pelatihan Desain Kemasan Produk untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital” bagi pelaku UMKM dan Kelompok Wanita Tani di Kabupaten Lampung Tengah. Kegiatan ini bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam merancang kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik produk lokal. Selain keterampilan teknis, peserta juga diberikan pemahaman mengenai strategi *branding* dan pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace*. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM dan anggota Kelompok Wanita Tani mampu meningkatkan kreativitas dalam mendesain kemasan, memperkuat identitas merek lokal, serta memperluas jangkauan pemasaran produk. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat mendukung peningkatan ekonomi rumah tangga sekaligus berkontribusi terhadap pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), khususnya SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur).

METODE PELAKSANAAN

Metode yang diterapkan untuk mencapai pemecahan permasalahan ini adalah metode sistem tindakan dan pembelajaran yang partisipatif yang dikenal sebagai metode PLA (*Participatory Learning and Action*). Metode pemberdayaan masyarakat ini dikembangkan oleh Linda Mayoux tahun 2000-an. Dengan metode PLA, proses dan evaluasi dilaksanakan secara partisipatif. PLA merupakan bentuk baru dari metoda pemberdayaan masyarakat yang dahulu dikenal sebagai “*learning by doing*” atau belajar sambil bekerja. Secara singkat, PLA merupakan metoda pemberdayaan masyarakat yang terdiri dari proses belajar tentang suatu topik,

pengolahan, pemeliharaan, dan lain sebagainya setelah itu diikuti aksi atau kegiatan riil yang relevan dengan materi pemberdayaan masyarakat tersebut (Mardikanto & Soebiato, 2013). Sehingga penggunaan metode PLA ini mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam: (1) Penggunaan teknologi di era revolusi industri 4.0 dalam *digital marketing*, (2) mempraktekan teknik digital marketing (3) memasarkan produk Kelompok Wanita Tani melalui digital marketing. Metode ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam pelatihan desain kemasan produk UMKM, (Yatikasari & Siswoyo, 2022). Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan beberapa tahapan sistematis sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

- a. Observasi lapangan dan identifikasi kebutuhan UMKM di Desa Sinar Banten;
- b. Pengumpulan sampel kemasan yang digunakan UMKM untuk dianalisis;
- c. Penyusunan modul pelatihan, materi presentasi, dan template desain kemasan;
- d. Koordinasi dengan perangkat desa terkait tempat, waktu, dan peserta pelatihan;
- e. Persiapan peralatan: laptop, LCD, internet, printer, dan alat pendukung lainnya.

2. Tahap Pelaksanaan

- a. Pembukaan kegiatan oleh Kepala Desa dan Ketua Tim Pengabdian.
- b. Penyampaian materi inti, meliputi:
 - 1) Konsep *branding* produk UMKM;
 - 2) Unsur desain kemasan (warna, logo, tipografi, *layout*);
 - 3) Standar informasi label (PIRT, komposisi, berat bersih, produsen);
 - 4) Tren desain kemasan modern.
- c. Pelatihan praktik, meliputi:
 - 1) Pengenalan aplikasi desain *Canva/Adobe Express*;
 - 2) Penyusunan desain kemasan berbasis *template*;
 - 3) *Mentoring* individual untuk setiap peserta;

- 4) Sesi fotografi produk sederhana menggunakan *smartphone*;
 - 5) Finalisasi desain kemasan dan *review* oleh tim pengabdi;
 - 6) Pencetakan mock-up kemasan untuk contoh penggunaan.
3. Tahap Evaluasi
- a. *Pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman;
 - b. Penilaian kualitas desain sebelum dan sesudah pelatihan;
 - c. Wawancara singkat peserta mengenai manfaat pelatihan;
 - d. Rekomendasi tindak lanjut untuk pendampingan *branding* digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelompok Wani Tani merupakan salah satu kelompok pelaku UMKM binaan di Kecamatan Bekri, Kabupaten Lampung Tengah. Kelompok ini beranggotakan ibu-ibu rumah tangga dan petani yang berusaha mengolah hasil pertanian lokal, seperti keripik singkong, pisang, dan olahan rempah. Namun, produk-produk yang dihasilkan masih dijual dengan kemasan sederhana, bahkan seringkali hanya menggunakan plastik bening tanpa label. Hal ini membuat produk mereka kalah bersaing dengan produk serupa di pasaran.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema “Desain Keren, Omzet Naik!”, tim pengabdi berupaya meningkatkan kemampuan Kelompok Wani Tani dalam mendesain kemasan yang lebih menarik, informatif, dan sesuai standar pasar, sehingga dapat mendukung peningkatan daya saing produk mereka. Kelompok Wanita Tani Sinar Mandiri adalah program yang umumnya digagas oleh pemerintah Indonesia untuk memberdayakan masyarakat, khususnya yang kurang mampu, melalui usaha ekonomi produktif. Kelompok wanita tani terdiri dari sekelompok orang atau keluarga dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi melalui kegiatan usaha bersama. Dalam program ini, pemerintah sering memberikan bantuan modal, pelatihan, serta pendampingan agar usaha dapat berjalan dengan baik dan berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang telah di laksanakan pada Hari Sabtu Tanggal 23 Agustus Tahun 2025 menyesuaikan dengan tujuan pengabdian ini yaitu

pelatihan memahami prinsip dasar desain kemasan yang meliputi estetika visual, informasi produk, dan elemen *branding*, yang dibuktikan melalui hasil *pre-test* dan *post-test*. Peserta mampu membuat minimal satu desain kemasan produk unggulan masing-masing secara mandiri dengan menggunakan aplikasi desain sederhana seperti *Canva*, yang ditunjukkan melalui hasil praktik atau portofolio akhir pelatihan. Peningkatan kesadaran peserta terhadap pentingnya penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan, yang ditunjukkan dari hasil wawancara atau kuesioner pasca pelatihan. Penyampaian materi tentang *design* kemasan disampaikan oleh Dr. Maya Riantini., S.P., M.Si., serta materi tentang laporan keuangan disampaikan dan Dr. Ani Suryani, S.P., M.Sc.

Kelompok Wanita Tani (KWT) Sinar Mandiri merupakan kelompok masyarakat yang berfokus pada pengolahan hasil pertanian lokal, khususnya produk keripik pisang. Produk ini memiliki potensi pasar yang besar karena pisang merupakan komoditas unggulan di Lampung Tengah. Namun, kendala yang dihadapi adalah kemasan produk yang masih sederhana, berupa plastik bening tanpa desain label. Hal ini membuat produk sulit bersaing dengan produk sejenis yang memiliki kemasan lebih modern. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan kepada Kelompok Wanita Tani Sinar Mandiri dalam merancang desain kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai standar pasar. Diharapkan, inovasi ini mampu meningkatkan nilai jual, memperluas jangkauan pasar, dan mendukung peningkatan pendapatan kelompok.



Gambar 1. Pembukaan kegiatan pelatihan *design* kemasan pada Kelompok Wanita Tani Sinar Mandiri

Kegiatan ini menunjukkan bahwa desain kemasan berperan besar dalam meningkatkan daya saing produk UMKM (Dinas Koperasi, 2023). Sebelumnya, keripik pisang hanya dipasarkan di tingkat desa dengan harga relatif rendah. Setelah memiliki kemasan baru, produk dinilai lebih profesional dan siap masuk ke pasar modern. Kendala yang dihadapi adalah keterbatasan biaya produksi untuk mencetak kemasan dalam jumlah besar. Oleh karena itu, sejalan dengan Hidayat & Febriyanto (2022) perlu strategi kolaborasi dengan percetakan lokal serta dukungan pemerintah daerah untuk membantu permodalan dan legalitas usaha (izin PIRT, Halal, dan merek dagang). Berikut kemasan yang sudah ada sebelum adanya pelatihan dan setelah dilakukan pelatihan pembuatan *design* kemasan dapat di lihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2. Kemasan sebelum pelatihan



Gambar 3. Kemasan sesudah pelatihan

Pemberdayaan memiliki tujuan untuk membuat masyarakat menjadi mandiri, dan dapat memperbaiki segala aspek, dalam arti memiliki potensi agar mampu menyelesaikan masalah - masalah yang mereka hadapi dan sanggup memenuhi kebutuhannya dengan tidak menggantungkan hidup mereka pada bantuan pihak luar baik pemerintah maupun non pemerintah. Pemberdayaan diharapkan akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan dan pengawasan pengelolaan sumber daya laut dan pesisir. Dengan demikian akan lebih menjamin kesinambungan peningkatan pendapatan masyarakat dan pelestarian sumberdaya pesisir dan laut langsung dengan penduduk. Beberapa indikator yang menandai bahwa suatu Kelompok Wanita Tani memiliki keberdayaan adalah sebagai berikut:

- a. Tercapainya kesejahteraan sosial ekonomi: individu, rumah tangga, dan masyarakat, yang ditandai dengan hal-hal berikut ini:
 - 1) Kemandirian ekonomi berkembang, orientasi kewirausahaan meningkat dan kepercayaan diri menguat.
 - 2) Nilai tabungan dan investasi bertambah.
 - 3) Kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi optimal dan berkelanjutan.
 - 4) Kondisi kualitas SDM berkembang baik.
 - 5) Kelembagaan-kelembagaan ekonomi yang ada dapat berfungsi optimal dan aktivitas ekonomi stabil.
 - 6) Kelembagaan sosial atau pranata-pranata budaya berfungsi dengan baik sebagai instrumen aspirasi pembangunan lokal.
- b. Potensi sumberdaya lingkungan sebagai basis kehidupan masyarakat pesisir terpelihara kelestariannya dan bisa dimanfaatkan secara berkelanjutan.
- c. Berkembangnya kemampuan akses masyarakat terhadap sumberdaya ekonomi: informasi, kapital, pasar, teknologi, dan jaringan kemitraan.

Oleh karena itu, keberlangsungan pemberdayaan perlu didukung melalui kemitraan antarlembaga. Pengembangan kemitraan dan pemberdayaan masyarakat merupakan strategi penting untuk mendukung keberlanjutan usaha dan lapangan kerja di sektor UMKM (Sutopo, 2025). Upaya ini juga dapat meningkatkan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, mengurangi ketergantungan pada lembaga permodalan tradisional, serta mendorong pembangunan yang lebih adil dan berkelanjutan.



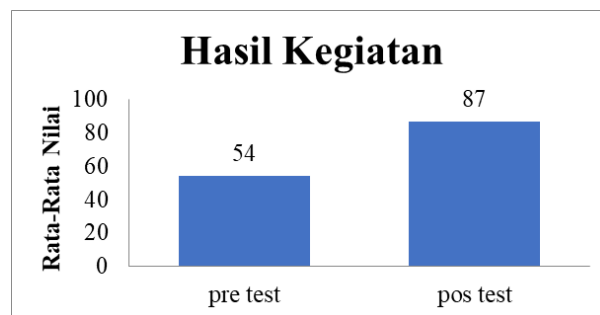
Gambar 4. Kegiatan pelatihan pembuatan *design* kemasan yang keren

Kemitraan merupakan upaya bersama untuk memperkuat kemampuan bersaing, dimaksudkan untuk membangun struktur usaha yang kuat dengan tumpuan yang kuat pula pada usaha kecil dan menengah, melalui ikatan kerjasama kebelakang dan kedepan yang sinergis (*International Institute for Environment and Development*, 2015). Model kemitraan adalah salah satu metode kerjasama yang dibangun oleh nelayan dengan stakeholder atas dasar saling menguntungkan sebagai salah satu solusi untuk menjawab fakta-fakta ketimpangan sosial ekonomi yang terjadi pada masyarakat nelayan. Kegiatan pelatihan *design* kemasan bagi Kelompok Wanita Tani akan mampu mencapai tujuan secara optimal jika masyarakat membuka diri terhadap partisipasi pihak-pihak lain, seperti swasta, LSM, atau perguruan tinggi yang memiliki kepedulian terhadap industri Kelompok Wanita Tani (Ahsani, *et. al.*, 2024; Rokhim & Purwanto, 2024). Dalam kerja sama tersebut, masyarakat perlu menjunjung prinsip saling menguntungkan, tidak merugikan salah satu pihak, serta saling menghormati. Kerja sama ini diharapkan mampu mendorong perubahan sosial, ekonomi, dan budaya ke arah yang lebih baik. Untuk mencapai pemberdayaan yang optimal, keluarga atau rumah tangga menjadi basis utama pemberdayaan masyarakat. Penguatan aspek sosial, budaya, ekonomi, dan politik pada tingkat keluarga diharapkan dapat memperkuat integrasi sosial serta membangun komitmen bersama dalam mendukung pembangunan masyarakat secara berkelanjutan.

Evaluasi pelaksanaan dilakukan terhadap hasil kegiatan yaitu penilaian atas pemahaman responden mengenai pentingnya pemberdayaan dan kemitraan untuk mengembangkan usahanya. Evaluasi hasil kegiatan atau penilaian kegiatan pengabdian dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test*. Hal ini dilakukan untuk mengukur pemahaman peserta terhadap materi pelatihan desain kemasan. Efektivitas kegiatan dinilai berdasarkan perbedaan hasil sebelum dan sesudah pelatihan. Semakin besar peningkatan nilai, semakin efektif kegiatan yang dilaksanakan. Sebaliknya, peningkatan yang kecil menunjukkan perlunya perbaikan pada pelaksanaan kegiatan.

Karakteristik 15 responden dalam kegiatan pengabdian ditinjau berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Seluruh responden merupakan perempuan yang berprofesi sebagai pengelola UMKM keripik pisang dan gula aren serta mengikuti kegiatan secara aktif. Berdasarkan usia, sebanyak 17% responden berusia 25 - 30 tahun, 64% berusia 31 - 40 tahun, dan 19% berusia 41 - 50 tahun, sementara tidak terdapat responden berusia di atas 50 tahun. Dengan demikian, mayoritas responden berada pada rentang usia 31- 40 tahun. Responden kegiatan ini dipastikan sudah memahami dan berpengalaman dalam usaha tani tanaman hortikultura, padi dan sebagai buruh keripik pisang. Responden merupakan tenaga kerja pada proses pengupasan dan penggorengan keripik pisang di UMKM yang telah lama beroperasi di Kecamatan Bekri. Peserta telah memahami proses produksi, sehingga kegiatan difokuskan pada pengembangan usaha melalui pembuatan desain kemasan yang lebih menarik dan informatif.

Penilaian kegiatan pengabdian dilakukan menggunakan penyebaran kuesioner pada sebelum dan sesudah dilakukannya kegiatan. Hasil penilaian responden disajikan sebagai berikut.



Gambar 5. Hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test* peserta Kelompok Wanita Tani Sinar Mandiri di Kecamatan Sinar Bekri Kabupaten Lampung Tengah

Gambar diatas merupakan hasil penilaian peserta kegiatan sebelum dan sesudah dilakukan kegiatan. Penilaian dilakukan melalui pengerjaan soal yang sama saat sebelum kegiatan (*pre-test*) dan sesudah kegiatan (*post-test*). Hasilnya menunjukkan bahwa rata-rata nilai *post-test* lebih tinggi jika dibandingkan dengan nilai *pre-test*, dengan selisih sebesar 33 poin lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan dapat dikatakan berjalan dengan efektif dan sesuai harapan sehingga memberikan perubahan kearah yang lebih baik kepada peserta.

Kenaikan poin dari hasil tes kepada peserta ini menunjukkan bahwa peserta telah memahami materi yang disampaikan pada kegiatan pengabdian. Sehingga peserta mengetahui pentingnya dilakukan pemberdayaan melalui kemitraan untuk mengembangkan usahanya kearah yang lebih baik lagi. Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Sinar Mandiri dilakukan agar mereka dapat menjalankan usahanya secara mandiri, agar mereka memiliki kesadaran dan kemampuan untuk menentukan sendiri apa yang harus mereka lakukan untuk mengatasi permasalahan yang mereka hadapi. Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) diarahkan untuk mendukung penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan pemasaran melalui penguatan kepastian berusaha, pengembangan kewirausahaan berbasis teknologi dan pemasaran, serta perluasan akses pasar. Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, upaya tersebut diwujudkan melalui peningkatan kemampuan KWT dalam mengembangkan dan memasarkan produk secara lebih efektif, sehingga diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan, seperti:

- a. Anggota Kelompok Wanita Tani Sinar Mandiri memahami peran kemasan sebagai identitas produk;
- b. Tercipta logo baru “Sinar Mandiri” dengan nuansa hijau-kuning (simbol kesegaran & lokalitas);
- c. Terwujud desain kemasan baru berbentuk *standing pouch* dengan jendela transparan;
- d. Produk keripik pisang kini memiliki label dengan informasi lengkap sesuai standar.

Kegiatan ini menunjukkan bahwa desain kemasan berperan besar dalam meningkatkan daya saing produk UMKM (Jannah, *et., al.*, 2024). Sebelumnya, keripik pisang hanya dipasarkan di tingkat desa dengan harga relatif rendah. Setelah memiliki kemasan baru, produk dinilai lebih profesional dan siap masuk ke pasar modern. Kendala yang dihadapi adalah keterbatasan biaya produksi untuk mencetak kemasan dalam jumlah besar. Oleh karena itu, perlu strategi kolaborasi dengan percetakan lokal serta dukungan pemerintah daerah untuk membantu

permodalan dan legalitas usaha (izin PIRT, halal, dan merek dagang). Kemitraan adalah perjanjian formal yang terjadi dalam menjalankan sebuah usaha antara dua pihak atau lebih. Perjanjian dibuat dan disepakati untuk pendistribusian tanggung jawab dalam menjalankan sebuah kerja sama, termasuk di dalamnya pembagian keuntungan dan lainnya (Purnomo & Apriyani, 2025). Kemitraan dapat menjadi salah satu upaya untuk menjaga keberlanjutan pendampingan kelompok masyarakat. Selain mendukung keberlangsungan kelompok, kemitraan juga dapat memperkuat hubungan dalam pengembangan bisnis atau usaha yang dijalankan. Salah satu upaya membangun kemitraan adalah dengan menyelaraskan bidang usaha kelompok dengan program yang dimiliki calon mitra. Dengan demikian, kedua pihak dapat memperoleh manfaat yang saling menguntungkan. Pelaksanaan kemitraan memerlukan komitmen dan keseriusan dari kedua belah pihak agar rencana kerja sama dapat dirancang secara spesifik, terukur, dan memiliki proyeksi keberlanjutan yang jelas.

KESIMPULAN

Setelah melaksanakan kegiatan Pelatihan Desain Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm di Era Digital Di Desa Sinar Banten Kecamatan Bekri Lampung Tengah dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan pelatihan desain kemasan produk keripik pisang telah dilaksanakan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya wawasan peserta yaitu anggota Kelompok Wanita Tani Sinar Mandiri di Desa Sinar Banten tentang langkah-langkah dalam membuat desain kemasan menjadi lebih menarik dan cantik dengan menggunakan aplikasi *Canva*. Ibu-ibu Kelompok Wanita Tani (KWT) juga telah mampu membuat desain kemasan secara mandiri, meskipun masih memerlukan pendampingan pada beberapa tahap. Inovasi pembuatan desain kemasan ini mendapat respon yang antusias dari para anggota KWT, yang terlihat dari perhatian dan keaktifan mereka dalam mengikuti demonstrasi pelatihan desain kemasan yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdian BLU Universitas Lampung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya kami dapat menyelesaikan pembuatan jurnal pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak-pihak yang telah menyumbangkan waktu, tenaga, dan pikiran. Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Universitas Lampung;
2. LPPM Universitas Lampung;
3. Kepala desa serta aparat Desa Sinar Banten;
4. Anggota Kelompok Wanita Tani Sinar Mandiri Desa Sinar Banten Kecamatan Bekri Lampung Tengah;
5. Masyarakat Desa Sinar Banten, Kecamatan Bekri, Lampung Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsani, M. A. A. S., Maulidia, A., Putri, A. S., Al Rizky, F., Rosalia, C., & Kartika, D. S. Y. (2024). Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 45–50.
- Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kabupaten Purworejo. (2023). *Pelatihan desain kemasan guna meningkatkan pemasaran produk UMKM*.
- Hidayat, T., & Febriyanto, F. (2022). Pengaruh kemasan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Maleo Lampung. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(4), 1020-1032. DOI: <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i4.1414>
- International Institute for Environment and Development. (2015, March 27). *About PLA*. <https://www.iied.org/about-pla>
- Jannah, R., Dassucik, D., Radila, S., & Maulidah, S. N. (2024). Pelatihan desain kemasan dan label menggunakan media Canva sebagai strategi peningkatan penjualan bagi pelaku UMKM di Desa Trebungan Situbondo. *Mimbar Integritas: Jurnal Pengabdian*, 3(2), 180-194. <https://doi.org/10.36841/mimbarintegritas.v3i2.4817>
- Karminingtyas, S. R., Vifta, R. L., & Lestari, P. (2021). Pencegahan Dini Bahaya Kolesterol dan Penyertanya Melalui Pengolahan Limbah Jelantah menjadi Waste Soap Serbaguna. *Indonesian Journal of Community Empowerment (Ijce)*, 3(1), 6-12. DOI: <https://doi.org/10.35473/ijce.v3i1.890>

- Kenarni, N. R. (2022). Pemanfaatan Minyak Jelantah dalam Pembuatan Lilin Aromaterapi. *Jurnal Bina Desa*, 4(3), 343-349. DOI: [10.15294/jbd.v4i3.39225](https://doi.org/10.15294/jbd.v4i3.39225)
- Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2013). Pemberdayaan Masyarakat: Dalam Perspektif Kebijakan Publik Ed Revisi. Cet. 3. Bandung: Alfabeta.
- Purnomo, E. C., & Apriyani, M. (2025). Pengaruh Pemasaran Online dan Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Jual Iwak Sampit. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 5(1), 499–504. DOI: <https://doi.org/10.53625/juremi.v5i1.11037>
- Rokhim, M. K. N., & Purwanto, S. (2024). Pelatihan Desain Produk, Bahan dan Bentuk Kemasan Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Arjuna's Cake. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(18), 597-604. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13932548>
- Sutopo, D. S. (2025). Pemberdayaan Perempuan Desa Melalui Program Digitalisasi UMKM dalam Mendukung Sustainable Development Goals. *Jurnal ISO": Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 5(2), 1-11. DOI: <https://doi.org/10.53697/iso.v5i2.2933>
- Yatikasari, B. M., & Siswoyo, S. T. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Desain Kemasan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Aneka Keripik Murni Kota Gajah. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(4), 1042-1051. DOI: <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i4.1451>