

Peningkatan Daya Saing Produk Souvenir UMKM Desa Wisata Sangkuliman melalui Pelatihan dan Pendampingan Desain Kemasan Partisipatif

Muhammad Fauzan Noor^{1*}, Andi Farid Hidayanto², Dini Zulfiani³

^{1,2} Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

³ Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

*e-mail korespondensi: m.fauzan_noor@polnes.ac.id

Abstract

This community service program aims to enhance the capacity of MSME actors in Sangkuliman Tourism Village to design souvenir product packaging that is more informative, attractive, and has a strong visual identity. The activity is motivated by the initial condition of the partners who still use simple packaging, lack clear branding, and have a low understanding of product labeling. The implementation method used a participatory training and mentoring approach over two days, which included classical training, design practice workshops using simple applications, group discussions, packaging dummy creation simulations, and evaluations thru pre-tests and post-tests. The participants of the activity numbered 10 people, consisting of MSME actors and village youth. The results of the activity showed an increase in participants' understanding, indicated by the average score rising from 52 in the pre-test to 81 in the post-test. In addition, five dummy packaging designs were produced for the village's flagship products, namely kelulut honey, semprit cookies, goyang peanuts, balok bread, and belida fish crackers. Observations and participant quotes also indicate a change in perception that packaging is understood as a product identity and a tool for communicating value. This program is concluded to be effective in the initial capacity-building stage for MSME actors, although further assistance is still needed to ensure packaging implementation in actual production and to strengthen marketing aspects.

Keywords: packaging design; MSMEs; tourist village; participatory mentoring; local souvenirs.

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Desa Wisata Sangkuliman dalam merancang desain kemasan produk souvenir yang lebih informatif, menarik, dan memiliki identitas visual yang kuat. Kegiatan dilatarbelakangi oleh kondisi awal mitra yang masih menggunakan kemasan sederhana, belum memiliki branding yang jelas, serta rendahnya pemahaman terkait labelisasi produk. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan partisipatif selama dua hari yang meliputi pelatihan klasikal, workshop praktik desain menggunakan aplikasi sederhana, diskusi kelompok, simulasi pembuatan dummy kemasan, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test. Peserta kegiatan berjumlah 10 orang yang terdiri dari pelaku UMKM dan pemuda desa. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta yang ditunjukkan oleh kenaikan nilai rata-rata dari 52 pada pre-test menjadi 81 pada post-test. Selain itu, dihasilkan lima dummy desain kemasan untuk produk unggulan desa, yaitu madu kelulut, kue semprit, kacang goyang, roti balok, dan kerupuk ikan belida. Observasi dan kutipan peserta juga menunjukkan perubahan persepsi bahwa kemasan dipahami sebagai identitas produk dan alat komunikasi nilai. Program ini disimpulkan efektif pada tahap penguatan kapasitas awal pelaku UMKM, meskipun masih diperlukan pendampingan lanjutan untuk memastikan implementasi kemasan pada produksi nyata dan penguatan aspek pemasaran.

Kata Kunci: desain kemasan; UMKM; desa wisata; pendampingan partisipatif; souvenir lokal

Accepted: 2026-04-25

Published: 2026-07-16

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi lokal yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ekosistem ekonomi berbasis komunitas. Dalam konteks desa wisata, peran UMKM menjadi semakin strategis karena produk yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai komoditas

ekonomi, tetapi juga sebagai representasi identitas destinasi. Namun demikian, daya saing produk UMKM sering kali masih menghadapi berbagai kendala, terutama pada aspek hilirisasi produk, salah satunya adalah kualitas desain kemasan. Kemasan yang kurang menarik, tidak informatif, dan tidak mencerminkan identitas lokal berpotensi menurunkan persepsi nilai produk di mata konsumen. Literatur menunjukkan bahwa desain kemasan tidak sekadar berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai identitas merek dan alat komunikasi nilai yang mampu meningkatkan persepsi kualitas serta preferensi konsumen terhadap produk UMKM (Ahdiyat et al., 2024; Andivas et al., 2023; Ratnasari et al., 2022).

Desa Wisata Sangkuliman di Kecamatan Kota Bangun, Kabupaten Kutai Kartanegara, merupakan salah satu desa yang sedang berkembang sebagai destinasi wisata berbasis masyarakat. Mitra dalam kegiatan ini adalah Pokdarwis Bertata Menata Tertata (BMT) bersama pelaku UMKM lokal yang memproduksi berbagai produk unggulan seperti madu kelulut, kue sempritis, kacang goyang, roti balok, dan kerupuk ikan belida. Meskipun memiliki potensi produk yang beragam, hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar produk masih menggunakan kemasan sederhana, polos, dan belum memiliki identitas visual yang kuat. Selain itu, pemahaman pelaku UMKM terhadap aspek legalitas label pangan—seperti label gizi, informasi produk, dan standar kemasan—masih relatif rendah. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi produk lokal dengan tuntutan pasar wisata yang semakin kompetitif, sehingga diperlukan intervensi yang sistematis melalui program pengabdian kepada masyarakat.

Permasalahan kemasan yang dihadapi mitra tidak dapat dipandang sebagai isu teknis semata, melainkan bagian dari persoalan daya saing UMKM secara struktural. Berbagai studi pengabdian menunjukkan bahwa transformasi kemasan dari bentuk sederhana menjadi lebih modern dan informatif dapat meningkatkan peluang produk untuk bersaing di pasar melalui peningkatan persepsi kualitas dan diferensiasi produk (Andivas et al., 2023; Bangun et al., 2024; Chyntia et al., 2025). Selain itu, kemasan yang dirancang dengan mempertimbangkan identitas lokal terbukti mampu memperkuat branding UMKM sekaligus meningkatkan *perceived value* produk di mata konsumen (Bangun et al., 2025; Ratnasari et al., 2022). Dengan demikian, persoalan yang dihadapi UMKM Desa Wisata Sangkuliman memiliki relevansi kuat dengan temuan empiris dalam literatur, sehingga intervensi berbasis desain kemasan menjadi langkah yang rasional dan berbasis bukti.

Urgensi pelaksanaan program pengabdian ini semakin kuat apabila dikaitkan dengan posisi Desa Wisata Sangkuliman sebagai desa yang diproyeksikan mendukung pengembangan kawasan penyangga Ibu Kota Nusantara (IKN). Dalam konteks tersebut, produk UMKM desa tidak hanya bersaing di pasar lokal, tetapi juga berpotensi masuk ke pasar regional yang lebih luas. Tanpa peningkatan kualitas kemasan, peluang penetrasi pasar tersebut akan sulit dicapai. Literatur menunjukkan bahwa pelatihan desain kemasan yang dikombinasikan dengan pendampingan praktis mampu meningkatkan kemampuan teknis UMKM, kreativitas desain, serta kualitas kemasan yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar (Fauziah et al., 2025; Khaerudin & H., 2024; Zunaidi et al., 2023). Oleh karena itu, program pendampingan yang bersifat partisipatif dan berbasis praktik menjadi pendekatan yang tepat untuk menjawab kebutuhan riil mitra.

Berdasarkan hasil *need assessment* yang dilakukan bersama mitra, teridentifikasi beberapa kebutuhan utama, yaitu peningkatan kapasitas desain kemasan modern, pemahaman identitas visual produk, pengetahuan mengenai label gizi dan halal, serta integrasi produk souvenir ke dalam paket wisata desa. Temuan ini sejalan dengan kajian yang menekankan bahwa penguatan kandungan informasi pada kemasan—termasuk label gizi—dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat komunikasi nilai produk (Chyntia et al., 2025; Soedarso et al., 2023). Selain itu, penggunaan alat desain yang aksesibel seperti Canva dalam pelatihan UMKM terbukti efektif meningkatkan kemampuan peserta dalam merancang kemasan yang lebih menarik dan informatif

(Andivas et al., 2023; Khaerudin & H, 2024). Dengan demikian, desain intervensi yang dipilih dalam program ini memiliki landasan empiris yang kuat.

Secara konseptual, kegiatan pendampingan desain kemasan di Desa Wisata Sangkuliman juga memiliki keterkaitan dengan kerangka pengembangan desa wisata berbasis Community-Based Tourism (CBT). Dalam perspektif CBT, produk souvenir berfungsi sebagai carrier identitas destinasi sekaligus media promosi yang dibawa pulang oleh wisatawan. Souvenir yang dirancang dengan baik dapat memperkuat citra destinasi dan meningkatkan pengalaman wisata secara keseluruhan ; (Wijaya et al., 2024; Yarosh & Kalkova, 2022). Oleh karena itu, peningkatan kualitas kemasan produk UMKM tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada penguatan branding Desa Wisata Sangkuliman sebagai destinasi berbasis komunitas.



Gambar 1. Penyampaian Materi



Gambar 2. Foto Bersama Semua Peserta

Merespons kondisi tersebut, tim dosen Politeknik Negeri Samarinda melaksanakan program Pengabdian kepada Masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan desain kemasan produk souvenir yang dilaksanakan pada tanggal 20–21 Juni 2025 di Desa Wisata Sangkuliman. Program ini dirancang menggunakan pendekatan pelatihan klasikal, workshop praktik, diskusi kelompok, simulasi desain, serta presentasi evaluatif yang menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek aktif pembelajaran. Pendekatan ini selaras dengan praktik pengabdian yang menekankan pentingnya kombinasi pelatihan teknis dan pendampingan berkelanjutan untuk mendorong perubahan kapasitas UMKM secara nyata (Prihastomo et al., 2024; Ratnasari et al., 2022).

Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas UMKM dalam merancang kemasan yang menarik dan beridentitas lokal, memperkenalkan prinsip identitas visual produk, meningkatkan pemahaman legalitas dan labelisasi, mendorong daya saing produk souvenir, serta mengintegrasikan kemasan ke dalam strategi branding desa wisata. Secara lebih luas, program ini diharapkan mampu mendorong transformasi kemasan UMKM dari sekadar pembungkus menjadi instrumen strategis dalam penciptaan nilai tambah produk. Literatur menegaskan bahwa kemasan yang dirancang secara profesional dan konsisten dengan strategi branding berpotensi meningkatkan minat konsumen dan peluang pertumbuhan pasar UMKM (Robiani et al., 2024; Soedarso et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam kegiatan pengabdian ini adalah: (1) bagaimana meningkatkan kapasitas pelaku UMKM Desa Wisata Sangkuliman dalam merancang kemasan produk yang menarik dan sesuai standar; (2) bagaimana pendampingan desain kemasan partisipatif dapat memperkuat identitas visual dan daya saing produk souvenir; dan (3) bagaimana integrasi desain kemasan dengan branding desa wisata dapat mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis masyarakat. Rumusan masalah ini menjadi dasar perancangan intervensi sekaligus kerangka evaluasi keberhasilan program.

Dengan berpijak pada kebutuhan riil mitra, dukungan literatur empiris, serta konteks pengembangan desa wisata, kegiatan pendampingan desain kemasan di Desa Wisata Sangkuliman diharapkan tidak hanya menghasilkan output berupa dummy kemasan, tetapi juga mendorong perubahan kapasitas, perilaku, dan positioning produk UMKM secara berkelanjutan. Pendekatan ini penting untuk memastikan bahwa program pengabdian kepada masyarakat benar-benar memberikan dampak transformatif bagi komunitas sasaran, bukan sekadar intervensi jangka pendek yang bersifat seremonial.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat pada kegiatan "Desain Kemasan Produk Souvenir" di Desa Wisata Sangkuliman dirancang menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan partisipatif yang menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran. Desain kegiatan mengombinasikan pelatihan klasikal, workshop praktik, diskusi kelompok, simulasi desain, serta presentasi evaluatif yang dilaksanakan secara intensif selama dua hari. Pendekatan ini sejalan dengan praktik pengabdian yang menekankan bahwa kombinasi pelatihan teknis dan pendampingan berbasis praktik efektif meningkatkan kapasitas UMKM dalam menghasilkan kemasan yang lebih kompetitif (Andivas et al., 2023; Zunaidi et al., 2023).

Peserta kegiatan berjumlah 10 orang yang terdiri dari pelaku UMKM dan pemuda desa, dengan komposisi sekitar 30% perempuan dan 70% pemuda lokal, sehingga kegiatan mencerminkan pendekatan pemberdayaan berbasis komunitas. Instrumen kegiatan meliputi modul materi desain kemasan, perangkat lunak desain sederhana seperti Canva dan Photoshop dasar, lembar pre-test dan post-test, serta format evaluasi hasil desain peserta. Tahapan pelaksanaan dilakukan secara sistematis selama dua hari, yaitu hari pertama difokuskan pada pembukaan, penyampaian materi prinsip dasar kemasan dan identitas visual, serta diskusi identifikasi kelemahan kemasan produk mitra; sedangkan hari kedua berfokus pada materi legalitas dan labelisasi, workshop praktik desain untuk lima produk unggulan, simulasi pembuatan dummy kemasan, presentasi hasil kelompok, dan evaluasi oleh fasilitator.

Teknik pengumpulan data kegiatan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta, observasi selama workshop, serta dokumentasi hasil desain yang dihasilkan peserta. Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan skor rata-rata dari 52 menjadi 81, yang mengindikasikan peningkatan kapasitas peserta secara signifikan. Teknik analisis evaluasi dilakukan secara deskriptif komparatif dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test serta menelaah kualitas output desain kemasan yang dihasilkan. Pendekatan evaluatif ini sejalan dengan praktik pendampingan UMKM yang menekankan pentingnya pengukuran peningkatan kompetensi peserta melalui evaluasi pra dan pasca pelatihan untuk memastikan efektivitas intervensi (Ratnasari et al., 2022; Soedarso et al., 2023). Dengan desain yang terstruktur dan berbasis kebutuhan mitra, metode pelaksanaan ini diharapkan mampu menghasilkan perubahan kapasitas yang berkelanjutan pada pelaku UMKM Desa Wisata Sangkuliman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Profil dan Partisipasi Peserta Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Desain Kemasan Produk Souvenir" di Desa Wisata Sangkuliman diikuti oleh sebanyak 10 peserta aktif yang berasal dari unsur pelaku UMKM dan anggota kelompok sadar wisata (pokdarwis). Komposisi peserta menunjukkan dominasi pelaku UMKM sekitar 70%, sedangkan 30% lainnya merupakan pemuda desa yang merupakan anggota pokdarwis yang terlibat dalam pengembangan ekonomi lokal. Kehadiran peserta selama kegiatan berlangsung tercatat penuh pada dua hari pelaksanaan, yang

menunjukkan tingkat partisipasi yang baik dari mitra sasaran. Peserta yang terlibat merupakan produsen dari berbagai produk unggulan desa, yaitu madu kelulut, kue sempritis, kacang goyang, roti balok, dan kerupuk ikan belida. Selama sesi kegiatan, peserta mengikuti seluruh rangkaian mulai dari pemaparan materi hingga praktik desain kemasan. Berdasarkan catatan kehadiran dan observasi fasilitator, peserta menunjukkan keterlibatan aktif terutama pada sesi workshop dan diskusi kelompok. Dokumentasi kegiatan memperlihatkan peserta bekerja dalam kelompok kecil saat proses perancangan kemasan berlangsung. Keterlibatan peserta dalam setiap tahapan menjadi bagian dari data pelaksanaan kegiatan yang tercatat dalam laporan.

2) Hasil Pengukuran Pre-Test dan Post-Test

Pengukuran awal melalui pre-test menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta terkait desain kemasan masih berada pada kategori rendah dengan nilai rata-rata 52 dari skala 100. Hasil ini diperoleh sebelum peserta menerima materi pelatihan dan pendampingan. Setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai, dilakukan post-test untuk mengukur perubahan tingkat pemahaman peserta. Hasil post-test menunjukkan nilai rata-rata meningkat menjadi 81 dari skala 100. Berdasarkan perbandingan kedua skor tersebut, tercatat adanya peningkatan sebesar 55% dalam pemahaman peserta terhadap desain kemasan produk. Data ini dihimpun menggunakan instrumen evaluasi yang sama pada awal dan akhir kegiatan. Seluruh peserta yang mengikuti pre-test juga tercatat mengikuti post-test sehingga data bersifat berpasangan. Hasil pengukuran ini didokumentasikan sebagai bagian dari evaluasi kuantitatif kegiatan. Rekapitulasi nilai menunjukkan tren peningkatan yang konsisten pada sebagian besar peserta. Data pre-test dan post-test tersebut menjadi salah satu komponen utama dalam laporan pelaksanaan kegiatan.

3) Catatan Observasi Selama Pelaksanaan

Berdasarkan catatan observasi selama kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta pada awal kegiatan masih menggunakan kemasan produk yang sederhana, polos, dan belum menampilkan identitas visual yang jelas. Pada sesi diskusi kelompok hari pertama, peserta mengidentifikasi sendiri kelemahan kemasan produk masing-masing. Observasi fasilitator mencatat bahwa peserta menunjukkan minat tinggi ketika diperkenalkan pada contoh kemasan kreatif dari daerah lain. Selama workshop hari kedua, peserta mulai mampu mengoperasikan aplikasi desain sederhana seperti Canva dan Photoshop dasar untuk membuat rancangan kemasan. Aktivitas kelompok terlihat intens terutama pada tahap pemilihan warna, logo, dan penataan label produk. Dokumentasi kegiatan memperlihatkan peserta berdiskusi secara aktif dengan fasilitator saat proses revisi desain berlangsung. Selain itu, peserta juga terlibat dalam simulasi pembuatan dummy kemasan menggunakan pola desain yang telah dibuat. Catatan lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar kelompok mampu menyelesaikan rancangan awal kemasan sesuai produk masing-masing. Seluruh proses observasi tersebut direkam sebagai bagian dari monitoring pelaksanaan kegiatan.

4) Kutipan Wawancara Peserta

Sebagai bagian dari data kualitatif, kegiatan ini juga menghimpun umpan balik peserta melalui pernyataan langsung. Salah satu kutipan peserta yang terdokumentasi dalam laporan menyatakan: "Sekarang kami paham kemasan bukan sekadar bungkus, tapi identitas produk." Pernyataan ini disampaikan setelah peserta mengikuti rangkaian pelatihan dan praktik desain. Kutipan tersebut muncul dalam sesi refleksi akhir kegiatan. Selain itu, fasilitator mencatat bahwa peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri saat mempresentasikan hasil desain kemasan kelompok. Beberapa peserta juga menyampaikan ketertarikan untuk menerapkan desain baru pada produk yang mereka produksi. Catatan wawancara singkat ini didokumentasikan sebagai bagian dari bukti perubahan persepsi peserta. Seluruh kutipan yang digunakan merupakan hasil dokumentasi langsung selama kegiatan berlangsung. Data kualitatif

ini melengkapi temuan kuantitatif dari hasil pre-test dan post-test. Dokumentasi wawancara disimpan dalam laporan kegiatan sebagai evidensi pelaksanaan.

5) Dokumentasi Proses dan Output Kegiatan

Dokumentasi kegiatan menunjukkan bahwa pelaksanaan berlangsung selama dua hari dengan tahapan yang sistematis. Pada hari pertama, dokumentasi menampilkan sesi pembukaan, penyampaian materi prinsip dasar kemasan, serta diskusi identifikasi masalah kemasan peserta. Hari kedua terdokumentasi dengan kegiatan materi legalitas dan labelisasi, workshop praktik desain, serta simulasi pembuatan dummy kemasan. Foto kegiatan memperlihatkan peserta bekerja menggunakan laptop dan lembar desain selama workshop berlangsung. Selain itu, dokumentasi juga menampilkan sesi presentasi kelompok di mana peserta memaparkan hasil rancangan kemasan mereka. Output utama yang terdokumentasi adalah terbentuknya lima dummy desain kemasan untuk produk unggulan desa. Setiap dummy memuat elemen visual seperti warna, logo, dan label produk. Dokumentasi visual menjadi bagian dari bukti capaian kegiatan. Seluruh foto dan catatan kegiatan tersimpan dalam laporan akhir pengabdian. Bukti dokumenter ini memperlihatkan proses dan hasil kegiatan secara berurutan.

6) Komitmen Capaian Kuantitatif

Berdasarkan data pelaksanaan kegiatan, komitmen capaian kuantitatif yang dihasilkan adalah terbentuknya lima dummy desain kemasan untuk produk unggulan, yaitu madu kelulut, kue semprit, kacang goyang, roti balok, dan kerupuk ikan belida. Selain itu, terjadi peningkatan skor pemahaman peserta dari rata-rata 52 menjadi 81 berdasarkan hasil pre-test dan post-test. Jumlah peserta aktif yang terlibat dalam seluruh rangkaian kegiatan tercatat sebanyak 10 orang. Seluruh peserta mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir. Data kehadiran menunjukkan tingkat partisipasi penuh selama dua hari pelaksanaan. Output desain yang dihasilkan berasal dari kerja kelompok peserta selama workshop. Setiap kelompok menghasilkan satu rancangan kemasan awal. Data kuantitatif ini dihimpun melalui instrumen evaluasi dan dokumentasi kegiatan. Seluruh capaian numerik dicatat dalam laporan pelaksanaan program. Tidak terdapat data tambahan di luar indikator tersebut dalam tabel kegiatan.

7) Komitmen Capaian Kualitatif

Selain capaian numerik, laporan kegiatan juga mencatat komitmen capaian kualitatif berupa meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam memasarkan produk dengan kemasan yang lebih profesional. Peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya identitas visual yang mencakup warna, logo, tagline, dan simbol lokal. Kesadaran peserta terhadap aspek legalitas kemasan seperti label gizi dan informasi produk juga tercatat meningkat selama kegiatan. Observasi fasilitator menunjukkan bahwa peserta mulai mengaitkan kemasan dengan strategi branding desa wisata. Dalam sesi presentasi, peserta mampu menjelaskan konsep desain kemasan yang mereka buat. Catatan kegiatan juga menyebutkan adanya inovasi lokal melalui penggunaan motif budaya dan simbol sungai dalam desain. Selain itu, produk kemasan souvenir mulai diposisikan sebagai bagian dari paket wisata desa. Seluruh temuan kualitatif ini berasal dari observasi, diskusi, dan dokumentasi selama kegiatan berlangsung. Data tersebut dicatat sebagai bagian dari capaian non-numerik program pengabdian.

Pembahasan (Hasil Analisis Temuan)

Kegiatan pendampingan desain kemasan produk souvenir di Desa Wisata Sangkuliman menunjukkan sejumlah temuan yang relevan ketika dihubungkan dengan literatur penguatan daya saing UMKM berbasis desain kemasan. Berdasarkan data tabel, kondisi awal mitra memperlihatkan bahwa kemasan produk masih sederhana, polos, dan belum memiliki identitas visual yang kuat, serta pemahaman legalitas label pangan masih rendah. Temuan awal ini konsisten dengan berbagai studi yang menegaskan bahwa kelemahan desain kemasan merupakan hambatan umum UMKM dalam

meningkatkan nilai tambah produk dan persepsi kualitas di pasar (Ahdiyat et al., 2024; Andivas et al., 2023). Literatur juga menekankan bahwa kemasan berfungsi sebagai identitas merek dan alat komunikasi nilai produk, sehingga perbaikan pada aspek ini berpotensi meningkatkan positioning produk secara signifikan (Bangun et al., 2025; Ratnasari et al., 2022).



Gambar 3. Rancangan Desain Kemasan Kue Sampret

Dengan demikian, masalah yang dihadapi mitra dalam kegiatan ini berada dalam spektrum persoalan yang telah banyak diidentifikasi secara empiris, sehingga intervensi yang dilakukan memiliki landasan kebutuhan yang jelas. Kondisi awal tersebut juga memperkuat relevansi pendekatan pelatihan dan pendampingan sebagai strategi *capacity building* UMKM. Dalam konteks ini, kegiatan PkM di Sangkuliman dapat diposisikan sebagai respons berbasis bukti terhadap gap kapasitas desain kemasan di tingkat komunitas.

Hasil kuantitatif berupa peningkatan skor pemahaman peserta dari rata-rata 52 pada pre-test menjadi 81 pada post-test menunjukkan adanya perubahan kapasitas kognitif peserta setelah intervensi. Peningkatan sebesar 55% ini sejalan dengan temuan berbagai program pelatihan desain kemasan yang melaporkan adanya peningkatan kemampuan peserta setelah mengikuti workshop berbasis praktik (Andivas et al., 2023; Zunaidi et al., 2023). Literatur menegaskan bahwa penggunaan metode pelatihan yang mengombinasikan teori singkat dengan praktik langsung, seperti penggunaan Canva dalam desain kemasan, efektif dalam meningkatkan kompetensi teknis UMKM (Khaerudin & H, 2024). Data kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengoperasikan aplikasi desain sederhana dan menghasilkan dummy kemasan, yang mengindikasikan terjadinya transfer pengetahuan yang operasional. Dalam perspektif evaluasi program pengabdian, perubahan skor pre-post tersebut merupakan indikator awal efektivitas intervensi pelatihan. Meskipun analisis dalam kegiatan ini bersifat deskriptif komparatif, tren peningkatan yang tercatat mendukung asumsi bahwa pendekatan partisipatif yang digunakan relevan dengan kebutuhan mitra. Dengan demikian, temuan ini menjawab rumusan masalah pertama terkait peningkatan kapasitas UMKM dalam merancang kemasan produk.



Gambar 4. Rancangan Desain Kemasan Kacang Goyang

Dari sisi output, terbentuknya lima dummy desain kemasan untuk produk unggulan desa memperlihatkan adanya hasil nyata dari proses pendampingan. Literatur menyebutkan bahwa pendampingan yang menghasilkan prototipe atau desain konkret cenderung lebih berdampak dibanding pelatihan yang hanya bersifat konseptual (Fauziah et al., 2025; Prihastomo et al., 2024). Dummy kemasan yang dihasilkan memuat elemen warna, logo, dan label produk, yang menurut kajian empiris merupakan komponen penting dalam membangun identitas visual UMKM (Bangun et al., 2024). Selain itu, observasi kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai mengintegrasikan motif budaya lokal dan simbol sungai ke dalam desain, yang memperkuat diferensiasi produk berbasis kearifan lokal. Praktik ini sejalan dengan literatur yang menekankan pentingnya representasi identitas daerah dalam kemasan untuk meningkatkan *perceived value* produk (Bangun et al., 2024; Robiani et al., 2024). Dengan demikian, hasil kegiatan tidak hanya bersifat peningkatan pengetahuan, tetapi juga menghasilkan artefak desain yang dapat digunakan sebagai dasar pengembangan produk. Temuan ini sekaligus menjawab rumusan masalah kedua mengenai peran pendampingan partisipatif dalam memperkuat identitas visual produk souvenir.

Dari perspektif pemberdayaan, komposisi peserta yang terdiri atas pelaku UMKM dan anggota Pokdarwis menunjukkan bahwa kegiatan ini memiliki dimensi inklusivitas sosial dalam penguatan ekonomi lokal. Literatur pengabdian masyarakat menegaskan bahwa pelatihan berbasis komunitas yang melibatkan pelaku usaha secara langsung dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kapasitas operasional UMKM (Ratnasari et al., 2022; Zunaidi et al., 2023). Kutipan peserta yang menyatakan bahwa kemasan kini dipahami sebagai identitas produk menunjukkan adanya pergeseran persepsi yang penting dalam proses *capacity building*. Perubahan cara pandang ini relevan dengan temuan Soedarso et al. (2023) yang menekankan bahwa kemasan yang informatif dan representatif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM. Selain itu, peningkatan kesadaran legalitas label pangan yang tercatat dalam kegiatan juga sejalan dengan praktik pendampingan yang menempatkan label informasi sebagai bagian dari komunikasi nilai produk (Chyntia et al., 2025). Dengan demikian, signifikansi kegiatan tidak hanya terletak pada output desain, tetapi juga pada perubahan mindset pelaku usaha. Transformasi kognitif ini merupakan prasyarat penting bagi keberlanjutan adopsi inovasi kemasan di tingkat UMKM.



Gambar 5. Rancangan Desain Kemasan Roti Balok

Dalam konteks pengembangan desa wisata, integrasi kemasan produk ke dalam strategi branding desa yang tercatat dalam kegiatan memiliki implikasi strategis. Literatur CBT menegaskan bahwa souvenir berfungsi sebagai *carrier* identitas destinasi yang dapat memperkuat citra wilayah di mata wisatawan (Wijaya et al., 2024; Yarosh & Kalkova, 2022). Temuan bahwa produk kemasan mulai diposisikan sebagai bagian dari paket wisata menunjukkan adanya pergeseran dari orientasi produksi semata menuju orientasi pengalaman wisata. Hal ini penting karena desa wisata yang mampu mengintegrasikan produk lokal dengan narasi destinasi cenderung memiliki daya tarik yang lebih kuat. Selain itu, kesiapan Desa Sangkuliman sebagai desa penyangga IKN menambah relevansi strategis kegiatan ini dalam perspektif pengembangan wilayah. Dengan demikian, kontribusi kegiatan tidak hanya pada level UMKM, tetapi juga pada penguatan ekosistem ekonomi desa wisata.

Temuan ini menjawab rumusan masalah ketiga terkait integrasi desain kemasan dengan branding desa wisata.

Kontribusi kegiatan terhadap praktik pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat dari pendekatan metodologis yang digunakan. Program ini mengombinasikan pelatihan klasikal, workshop praktik, diskusi kelompok, dan simulasi desain dalam satu rangkaian intervensi dua hari. Pendekatan multimodal seperti ini dalam literatur pengabdian dinilai lebih efektif dalam mendorong perubahan kapasitas dibanding metode tunggal (Andivas et al., 2023; Khaerudin & H, 2024). Selain itu, penggunaan pre-test dan post-test sebagai instrumen evaluasi memberikan dasar pengukuran yang lebih sistematis terhadap hasil program. Dari perspektif praktik PKM, kegiatan ini memperlihatkan model pendampingan desain kemasan yang relatif terstruktur dan berbasis kebutuhan mitra. Kontribusi lain terletak pada integrasi aspek estetika, legalitas, dan branding dalam satu paket pelatihan, yang jarang dilakukan secara simultan pada program sejenis. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan contoh praktik baik (good practice) dalam pengabdian berbasis penguatan produk lokal. Model ini berpotensi direplikasi pada desa wisata lain dengan karakteristik serupa.



Gambar 6. Rancangan Desain Kemasan Madu Lebah Kelulut

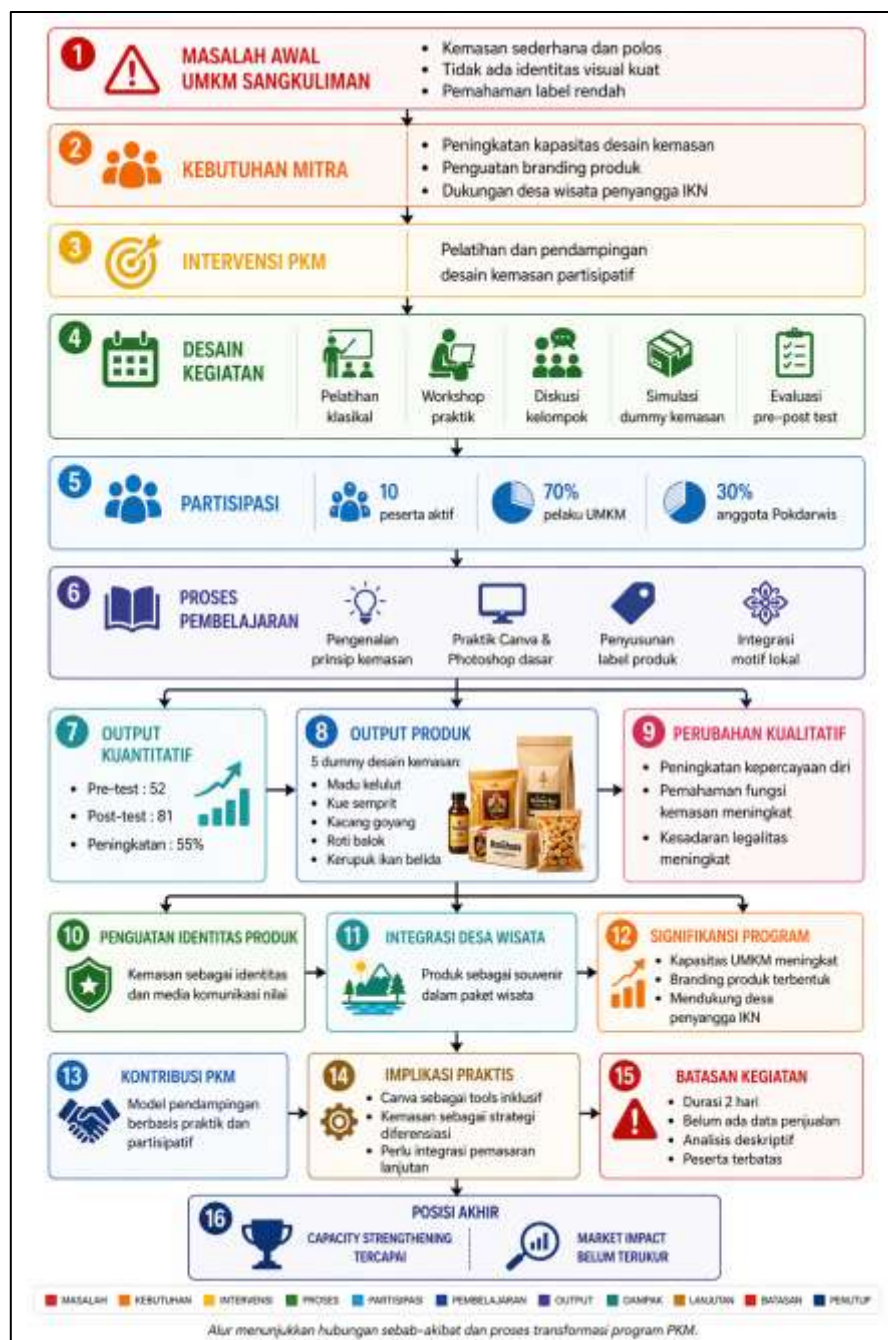
Implikasi praktis dari temuan kegiatan ini cukup luas bagi pemangku kepentingan. Bagi pelaku UMKM, hasil kegiatan menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi desain sederhana seperti Canva dapat menjadi pintu masuk peningkatan kualitas kemasan tanpa memerlukan investasi teknologi yang tinggi. Bagi pengelola desa wisata, integrasi produk souvenir dengan branding destinasi dapat menjadi strategi diferensiasi yang relatif cepat diimplementasikan. Bagi perguruan tinggi, kegiatan ini menegaskan pentingnya pengabdian berbasis pendampingan teknis yang konkret dan terukur. Literatur menunjukkan bahwa program yang menghasilkan perubahan kapasitas sekaligus output desain cenderung memiliki dampak yang lebih berkelanjutan (Fauziah et al., 2025; Prihastomo et al., 2024). Selain itu, implikasi kebijakan yang dapat ditarik adalah perlunya dukungan lanjutan dalam aspek legalitas produk dan pemasaran agar manfaat desain kemasan dapat terakselerasi. Dengan kata lain, desain kemasan merupakan pintu masuk, tetapi bukan satu-satunya faktor dalam peningkatan daya saing UMKM. Temuan kegiatan ini memperkuat pandangan tersebut secara empiris.



Gambar 7. Rancangan Desain Kemasan Kerupuk Ikan Belida

Meskipun demikian, kegiatan ini memiliki sejumlah batasan yang perlu dicatat secara proporsional. Pertama, evaluasi dampak masih terbatas pada peningkatan pemahaman dan output dummy kemasan, belum mencakup pengukuran adopsi pasar atau peningkatan penjualan. Literatur mengingatkan bahwa perbaikan desain kemasan tidak selalu secara otomatis meningkatkan pendapatan tanpa dukungan strategi pemasaran yang komprehensif (Ratnasari et al., 2022; Soedarso et al., 2023). Kedua, durasi kegiatan yang hanya dua hari membatasi kedalaman pendampingan lanjutan kepada mitra. Ketiga, analisis evaluasi masih bersifat deskriptif komparatif tanpa uji statistik inferensial. Keempat, jumlah peserta yang terbatas pada 10 orang membuat generalisasi temuan perlu dilakukan secara hati-hati. Kelima, implementasi nyata kemasan baru oleh UMKM belum terdokumentasi dalam tabel kegiatan. Batasan-batasan ini penting disampaikan agar interpretasi hasil tetap proporsional. Dengan mempertimbangkan keterbatasan tersebut, kegiatan ini lebih tepat diposisikan sebagai tahap penguatan kapasitas awal (*capacity strengthening*) daripada intervensi dampak ekonomi jangka panjang.

Secara keseluruhan, temuan kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan desain kemasan partisipatif di Desa Wisata Sangkuliman berhasil menghasilkan peningkatan kapasitas peserta, output desain konkret, serta perubahan persepsi pelaku UMKM terhadap fungsi kemasan. Ketika dikaitkan dengan literatur, hasil ini berada dalam pola yang konsisten dengan berbagai studi pengabdian desain kemasan di Indonesia. Signifikansi kegiatan terletak pada integrasi antara peningkatan kapasitas teknis, penguatan identitas visual, dan orientasi branding desa wisata dalam satu intervensi terpadu. Meskipun masih terdapat batasan pada aspek keberlanjutan dan pengukuran dampak ekonomi, kegiatan ini memberikan kontribusi praktis bagi model pengabdian berbasis penguatan produk lokal di desa wisata. Temuan ini sekaligus memperlihatkan bahwa intervensi yang relatif singkat pun dapat menghasilkan perubahan kapasitas yang terukur apabila dirancang berbasis kebutuhan mitra dan didukung metode partisipatif yang tepat.



Gambar 8. Alur Transformasi Penguatan UMKM:
Dari Permasalahan Kemasan Menuju Integrasi Produk dalam Desa Wisata”

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan desain kemasan produk souvenir di Desa Wisata Sangkuliman menunjukkan bahwa intervensi yang dilakukan berhasil mencapai tujuan peningkatan kapasitas dasar pelaku UMKM dalam memahami dan merancang kemasan produk. Berdasarkan data tabel, kondisi awal mitra yang ditandai oleh kemasan sederhana, minim identitas visual, dan rendahnya pemahaman label mengalami perubahan setelah kegiatan berlangsung. Hal ini tercermin dari peningkatan nilai rata-rata peserta dari 52 pada pre-test menjadi 81 pada post-test, serta terbentuknya lima dummy desain kemasan untuk produk

unggulan desa. Temuan utama kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan dan pendampingan partisipatif selama dua hari mampu menghasilkan peningkatan pengetahuan sekaligus output desain yang konkret. Selain itu, observasi dan kutipan peserta memperlihatkan adanya perubahan persepsi bahwa kemasan tidak lagi dipahami sekadar sebagai pembungkus, melainkan sebagai identitas dan alat komunikasi nilai produk. Dengan demikian, kegiatan ini dapat dikategorikan berhasil pada tahap penguatan kapasitas awal (capacity strengthening) UMKM di Desa Wisata Sangkuliman.

Manfaat langsung bagi peserta terlihat dari meningkatnya kemampuan teknis dalam menggunakan aplikasi desain sederhana, pemahaman tentang elemen visual kemasan, serta kesadaran terhadap pentingnya label dan legalitas produk. Peserta juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam mempresentasikan rancangan kemasan yang telah dibuat selama workshop. Bagi kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Desa Sangkuliman, kegiatan ini memberikan manfaat strategis berupa mulai terintegrasinya produk souvenir dengan narasi desa wisata, yang berpotensi mendukung penguatan identitas destinasi sebagai desa penyangga IKN. Keberadaan lima dummy kemasan produk unggulan menjadi aset awal yang dapat dikembangkan lebih lanjut dalam paket oleh-oleh desa. Dari sisi tim pengabdian, kegiatan ini memberikan pembelajaran penting bahwa pendekatan berbasis praktik langsung, penggunaan tools yang mudah diakses seperti Canva, serta evaluasi pre–post test mampu menghasilkan perubahan kapasitas yang terukur dalam waktu relatif singkat. Namun demikian, berdasarkan data tabel, program ini masih memiliki keterbatasan pada belum tersedianya data adopsi pasar, durasi pendampingan yang singkat, serta belum adanya pemantauan implementasi kemasan pada produksi riil UMKM.

Berdasarkan kondisi tersebut, rekomendasi keberlanjutan program yang relevan dengan data kegiatan adalah perlunya pendampingan lanjutan yang lebih berfokus pada implementasi kemasan ke produksi nyata, penguatan aspek legalitas produk, serta integrasi dengan strategi pemasaran desa wisata. Selain itu, monitoring pasca kegiatan penting dilakukan untuk melihat tingkat adopsi desain oleh UMKM peserta. Penguatan kolaborasi antara tim pengabdian, Pokdarwis, dan pelaku UMKM juga perlu dipertahankan untuk memastikan keberlanjutan dampak program. Dengan langkah keberlanjutan yang terarah, hasil capacity strengthening yang telah dicapai melalui kegiatan ini berpotensi berkembang menuju peningkatan daya saing produk souvenir Desa Wisata Sangkuliman secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiyat, A. N., Rahajaan, J. D., Yulyanto, & Nugraha, R. (2024). Workshop Desain Kemasan Produk UMKM Di Desa Jambar Kecamatan Nusaherang Kabupaten Kuningan. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 3(2), 63–66. <https://doi.org/10.25134/jise.v3i2.45>
- Andivas, M., Trisnawati, H. T., Wijanarko, A. F., Ramadhani, A., & Sari, H. W. M. (2023). Pelatihan Perancangan Desain Kemasan Produk UMKM Keripik Pisang Menggunakan Perangkat Lunak Canva. *Surya Abdimas*, 7(3), 450–457. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i3.2962>
- Bangun, D. A. N., Maheni, M. R. R. T., Anggarini, A., Ramadanti, M. D., Arbianti, D., & Shafiyah, D. F. (2025). Penerapan Konsep Eco-Friendly Pada Kemasan Kain Ecoprint Zee Collection. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 8(02), 172–188. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v8.i02.a9702>
- Bangun, D. A. N., Maheni, M. R. R. T., Chairunnisa, A., Pramesti, R. D., Fajrina, N., Anggarini, A., Susilawati, S., & Andriyanto. (2024). Perancangan Desain Kemasan Ayam Frozen Savanna Laweh Untuk Meningkatkan Nilai Jual Makanan Tradisional. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(02), 247–263. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v7.i02.a8256>
- Chyntia, E., Wardana, D. P., Rahmalia, L., Ulfira, U., Aisy, N. R., Harif, M., Pratama, A., & Hutasoit, M. R. (2025). Kemasan Menarik, Produk Meningkat: Edukasi Desain Kemasan Untuk Penguatan Branding UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 698–704. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.207>

- Fauziah, R., Nurkhasanah, F., Syifa, A., Ramadhani, A., Maulidiah, S. L. A., & Mahmudah, H. (2025). Pendampingan Pembuatan Logo Dan Kemasan Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Kerupuk Tepung Di Desa Ploso. *PDL*, 4(2), 184–191. <https://doi.org/10.51226/pdl.v4i2.754>
- Khaerudin, M., & H, A. A. (2024). Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Produk Umkm Dengan Menggunakan Aplikasi Canva Di Desa Wanajaya Cibitung. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.56127/jammu.v3i1.1355>
- Prihastomo, Y., Suwita, J., Supriyanto, S., Rizfie, M. D., Dewi, W. R., Rukmana, A., Yuniarti, A. S., & Mustofa, M. (2024). Sosialisasi Peran Kemasan Melalui Pendampingan Pendaftaran Desain Industri Pada Kampung Tematik Waru Brilliant. *Abdimas Galuh*, 6(2), 1977. <https://doi.org/10.25157/ag.v6i2.15747>
- Ratnasari, I., Arnu, A. P., & Hannie, H. (2022). Pelatihan Desain Kemasan Dan Pemasaran Pada Produk-Produk Umkm Di Kabupaten Karawang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 6(1). <https://doi.org/10.36982/jam.v6i1.2078>
- Robiani, B., Mukhlis, M., Sukanto, S., Hamira, H., & Apriani, D. (2024). Peningkatan Kualitas Packaging Produk UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan Di Desa Sungsang 4. *Akm Aksi Kepada Masyarakat*, 5(1), 31–42. <https://doi.org/10.36908/akm.v5i1.973>
- Soedarso, S., Utomo, C., Suryani, A., Endarko, E., & Ahmad, I. S. (2023). Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kabupaten Lumajang Melalui Pendampingan Kemasan Dan Pemasaran Produk. *Sewagati*, 7(3). <https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i3.466>
- Wijaya, A., Chandra, D. R., & Setiawan, B. (2024). Perencanaan Dan Pengembangan Brand Oleh-Oleh Untuk UMKM Di Desa Wisata Angsana. *Ikra-Ith Abdimas*, 8(1), 34–42. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v8i1.3071>
- Yarosh, O., & Kalkova, N. (2022). The Role of Souvenirs in the Product Positioning of the Tourist Region. *Regionology*, 30(3), 647–672. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.120.030.202203.647-672>
- Zunaidi, R. A., Chandra, H., Wahyuni, A. E., Rosyid, A. N., Purnama, A. R. W., Rafsanjana, S. R., & Wisesha, T. S. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Desain Kemasan Produk UMKM Kampung Kranggan Gang v Kota Surabaya. *Bemas Jurnal Bermasyarakat*, 4(1), 62–69. <https://doi.org/10.37373/bemas.v4i1.599>