

## Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pelatihan Desain Label Digital: Inisiatif Pengabdian Masyarakat di Warnasari

Tika Kristianti<sup>1</sup>,Reni<sup>2</sup>, Rafif Al Aqib<sup>3</sup>, Ari Rivaldi<sup>4</sup>, Rizki Malumma Sinaga<sup>5</sup>, M. Harry Augusto<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Politeknik PGRI Banten

E-mail: [tika@politeknikpgribanten.ac.id](mailto:tika@politeknikpgribanten.ac.id)

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5663>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 15 Februari 2026

Revised: 19 Februari 2026

Accepted: 24 Februari 2026

#### Kata Kunci :

UMKM;

Canva;

Desain Label;

Branding;

Daya Saing.

#### Keywords

MSMEs;

Canva;

Label Design;

Branding; Competitiveness.



### ABSTRACT

Pertumbuhan usaha masyarakat di kelurahan Warnasari dalam kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menunjukkan peningkatan yang signifikan. Meskipun jumlah dan aktivitas UMKM mengalami peningkatan signifikan, sebagian besar masih kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas karena keterbatasan dalam desain kemasan dan kurangnya pemahaman tentang strategi branding. Produk yang sebenarnya memiliki kualitas baik sering kali kurang memperoleh perhatian konsumen karena tampilan kemasan yang kurang menarik, kurang profesional serta kurang informatif. Menjawab tantangan ini, kegiatan pengabdian masyarakat menghadirkan program pelatihan dan pendampingan pemanfaatan aplikasi digital Canva untuk membuat desain label mencakup sosialisasi pengetahuan dasar *branding* tentang label, pelatihan penggunaan aplikasi, dan pendampingan penerapan pembuatan desain label sesuai karakter produk yang diinginkan oleh peserta. Hasil kegiatan ini menunjukkan para peserta mampu membuat desain label dengan visual yang lebih menarik, informatif, dan profesional sehingga mampu meningkatkan daya tarik di mata konsumen. Selain itu dari segi pemberdayaan, kegiatan ini juga memberikan kontribusi pada peningkatan kompetensi digital pada perempuan yang mendominasi sektor usaha ini, berupa peningkatan pengetahuan dan kesadaran peserta tentang peran penting label sebagai *branding* dari suatu produk dan meningkatkan keterampilan digital maupun kreativitas peserta.

*The growth of community businesses engaged in Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) activities in Warnasari sub-district shows a significant increase. Although the number and activity of MSMEs have increased significantly, most of them still have difficulty reaching a wider market due to limitations in packaging design and a lack of understanding of branding strategies. Products with good quality often receive less attention from consumers due to less attractive, less professional and less informative packaging appearance. To address this challenge, community service activities offer training programs and assistance in using Canva digital applications to create label designs, including basic branding knowledge about labels, application training, and label design implementation tailored to the product character desired by participants. The results of this activity show that the participants are able to produce packaging label designs that are more attractive, informative, and professional so that they are able to strengthen their image and attractiveness in the eyes of consumers. In addition, in terms of empowerment, this activity also contributes to Improving the digital competence of women who dominate this business sector bu increasing participants' knowledge and awareness of the important role of labels in product branding and enhancing their digital skills and creativity.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Tika Kristianti et al (2026). Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pelatihan Desain Label Digital: Inisiatif Pengabdian Masyarakat di Warnasari <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5663>.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan motor penggerak utama ekonomi, penyedia lapangan kerja terbesar, kontributor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, juga pilar pemberdayaan masyarakat dan inovasi. Kontribusinya yang mencapai lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional menempatkan sektor ini sebagai sektor yang sangat strategis dalam perekonomian nasional. Disamping itu, menurut data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia tahun 2022, UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Pertumbuhan UMKM berbanding lurus dengan peningkatan penyerapan tenaga kerja dan mampu mendongkrak perekonomian seluruh masyarakat baik di pedesaan maupun perkotaan (Kwartono, 2019). UMKM juga terbukti sebagai sektor usaha yang tangguh dan mampu bertahan di tengah krisis ekonomi, sebagaimana dijelaskan oleh Nurrahman (2018), ketika terjadi krisis global pelaku UMKM tetap bergerak. Oleh karena itu, penguatan UMKM menjadi strategi krusial dalam pembangunan ekonomi berbasis masyarakat (Tambunan, 2019).

UMKM di Kelurahan Warnasari menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dengan semakin banyaknya produk lokal yang memiliki kualitas bersaing. Namun demikian, daya saing produk UMKM tersebut masih rendah di pasar yang lebih luas. Permasalahan ini selaras dengan temuan Prasetyo & Kistanti (2020) bahwa tantangan utama UMKM bukan hanya kualitas produk, tetapi juga pada aspek pemasaran, inovasi, dan *branding*. Selain harus diberi merek, suatu produk juga harus diberi kemasan serta label. Menurut Kotler (2000), label merupakan tampilan sederhana pada produk ataupun foto yang dirancang dengan rumit yang menjadi satu kesatuan dengan kemasan, label dapat hanya mencantumkan merek ataupun data. Sedangkan, kemasan berfungsi bukan hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang membentuk persepsi konsumen serta mendorong keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2016).

Walaupun UMKM di Kelurahan Warnasari menunjukkan lonjakan pertumbuhan, sebagian besar produk yang dihasilkan belum memiliki label pada kemasannya ataupun label masih sekedar tulisan sederhana. Hal ini membuat visual kemasan produk kurang menarik dan kurang profesional. Ketiadaan label pada kemasan mayoritas produk ini dikarenakan sebagian besar pelaku UMKM di daerah ini belum memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam merancang label kemasan yang layak. Kondisi ini sesuai dengan temuan Sulistyio & Ayuningtyas (2021) yang menyatakan bahwa keterbatasan literasi digital dan desain grafis masih menjadi hambatan signifikan bagi UMKM dalam mengembangkan *branding* produk.

Menurut Muhajir (2022) strategi pengembangan UMKM dapat dikelompokkan berdasarkan enam kelompok strategi, yaitu: perluasan akses pasar, meningkatkan daya saing, pengembangan kewirausahaan, akselerasi pembiayaan dan investasi, kemudahan dan kesempatan berusaha, koordinasi lintas sektor. Berdasarkan pada strategi ini, maka untuk menjawab tantangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupaya memberikan alternatif solusi yang berfokus untuk meningkatkan daya saing dan mengembangkan kewirausahaan melalui pemanfaatan teknologi digital yang sederhana, praktis, dan mudah digunakan. Salah satu aplikasi yang sesuai dengan kriteria tersebut adalah aplikasi Canva. Aplikasi Canva terbukti dapat membantu UMKM dalam mendesain materi visual tanpa memerlukan keahlian desain grafis profesional (Rahmawati, 2021). Canva memiliki beberapa keunggulan diantaranya: antarmuka yang intuitif, memiliki berbagai *template* siap pakai, serta fleksibilitas yang tinggi sehingga relevan digunakan oleh pelaku UMKM yang didominasi oleh ibu-ibu rumah tangga di Kelurahan Warnasari.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan Canva dalam desain label kemasan ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan digital, memperbaiki kualitas kemasan, memperkuat citra merek, dan pada akhirnya meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang lebih luas.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Warnasari, Kota Cilegon, Provinsi Banten dengan melibatkan ibu-ibu rumah tangga pelaku UMKM sebagai peserta utama. Kegiatan ini menerapkan konsep pelatihan dan pendampingan berbasis partisipatif yang melibatkan

peserta secara aktif. Di mulai dari tahap identifikasi masalah, perencanaan, hingga penerapan hasil pelatihan. Selain itu, pendekatan partisipatif ini terbukti efektif dalam meningkatkan rasa memiliki (*sense of ownership*) dan keberlanjutan program pemberdayaan (Chambers, 1994; Arnstein, 2019).

Teori *andragogi* menyatakan orang dewasa belajar lebih efektif melalui pengalaman langsung (*experiential learning*) dan pemecahan masalah praktis (Knowles, 1980). Oleh karena itu kegiatan pelatihan dilakukan dalam bentuk *workshop* interaktif disertai dengan demonstrasi langsung penggunaan aplikasi Canva untuk membuat desain label. Pada *workshop* ini juga diadakan sesi tanya jawab interaktif terkait pendalaman materi *workshop*, kendala, dan permasalahan yang dihadapi peserta dalam memahami materi yang diberikan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan

<b>Tahapan</b>	<b>Teknis Pelaksanaan</b>	<b>Hasil</b>
Identifikasi kebutuhan pelaku UMKM	Observasi lapangan dan diskusi bersama pelaku UMKM	Data UMKM, profil peserta, pemetaan literasi dan keterampilan peserta
Perencanaan dan persiapan	Penyusunan jadwal dan materi kegiatan	Jadwal kegiatan, <i>run down</i> kegiatan, materi pelatihan dan <i>workshop</i>
Pelaksanaan pelatihan dan <i>workshop</i>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. <i>Training</i> dan <i>mentoring: branding</i>, kemasan, label, Canva</li><li>2. Praktik penggunaan Canva dengan panduan instruktur</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. <i>Hard skill</i> dan <i>soft skill</i> peserta</li><li>2. Desain hasil praktik</li><li>3. Portofolio hasil desain peserta</li></ol>
Pendampingan	<i>Coaching</i> dan <i>facilitating</i> dalam membuat desain label sesuai ide dan kreativitas masing-masing peserta	Karya visual berupa stiker label produk hasil desain masing-masing peserta
Evaluasi	Evaluasi kualitatif terhadap capaian kegiatan dengan melakukan perbandingan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan	Hasil evaluasi terhadap perbandingan perubahan yang dialami peserta sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan

Dengan mengacu pada metode dan tahapan tersebut, program pelatihan dan pendampingan yang diterapkan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan desain sekaligus memperkuat kemampuan para peserta dalam mengelola *branding* produk UMKM yang dimilikinya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini diikuti oleh enam peserta yang merupakan pemilik UMKM di Kelurahan Warnasari. Selama mengikuti kegiatan, para peserta menunjukkan partisipasi dan antusiasme yang tinggi pada setiap materi yang diberikan dengan cara banyak bertanya tentang pertanyaan lanjutan untuk pendalaman materi juga memberikan respon dan *feedback* yang baik saat diberikan pertanyaan oleh para instruktur sehingga kegiatan pelatihan dan pendampingan ini berjalan dengan interaktif. Sesi tanya jawab selalu dilakukan pada setiap akhir kegiatan untuk memastikan para peserta menyerap dan memahami dengan baik setiap materi dan instruksi yang disampaikan.

Kegiatan diawali dengan penyampaian materi tentang dasar-dasar serta urgensi *branding* dan label dilanjutkan dengan materi tentang dasar-dasar penggunaan Canva untuk desain. Kemudian para peserta mengikuti kegiatan pelatihan dan *workshop* mulai dari tahapan pembuatan akun Canva untuk masing-masing peserta hingga teknis penggunaan Canva. Dengan dipandu para instruktur, para peserta melakukan setiap instruksi yang diberikan pada setiap tahapan proses pembuatan desain hingga

menghasilkan satu desain label. Pada kegiatan pendampingan, instruktur fokus pada bimbingan personal dan memfasilitasi setiap peserta untuk mengembangkan ide desain yang diinginkan serta sesuai karakter produk masing-masing. Instruktur juga berupaya memberikan *feedback*, saran, dan inspirasi tentang tampilan desain yang dibuat sehingga memotivasi dan melatih kreativitas serta kemandirian para peserta dalam menghasilkan desain yang menarik, informatif, dan profesional.

Tabel 2. Capaian Kegiatan

Capaian	Indikator Capaian	Kondisi Sebelum	Kondisi Sesudah
Peningkatan literasi digital	Penguasaan penggunaan aplikasi Canva	Peserta belum mengetahui teknik penggunaan Canva untuk desain	Peserta memperoleh pengetahuan dan pengalaman langsung, serta menguasai penggunaan Canva untuk desain
Hasil desain	Hasil desain label kemasan yang berhasil dibuat	Produk UMKM milik peserta tidak memiliki label kemasan atau label kemasan berupa tulisan sederhana	Peserta berhasil membuat desain label kemasan sesuai dengan keinginannya masing-masing
Peningkatan pengetahuan dan kesadaran <i>branding</i>	Pemahaman dan kesadaran pentingnya <i>branding</i> dan label untuk membangun citra produk	Peserta minim wawasan tentang <i>branding</i> dan urgensinya, serta minim pemahaman tentang pengaruh label terhadap citra produk dan keputusan pembelian oleh konsumen	Peserta memahami dan menyadari pentingnya <i>branding</i> . Juga menyadari bahwa label harus didesain menarik dan informatif supaya produk terlihat lebih profesional dan terpercaya
Pemberdayaan perempuan	Perluasan peran dan kemandirian dalam menggunakan teknologi dan literasi digital	Peserta minim pengetahuan dan penggunaan aplikasi digital terutama desain label sehingga membiarkan produknya tidak memiliki label atau memilih membuat label melalui pihak ketiga dengan desain yang juga diberikan pihak ketiga tersebut	Peserta mampu menunjukkan kreativitas dan kemandirian dalam membuat desain label yang diinginkan dan disesuaikan dengan karakter produk masing-masing. Serta bisa mengoptimalkan pemanfaatan Canva untuk desain lain sesuai kebutuhan, seperti logo dan <i>banner</i> produk masing-masing



Gambar 1. Koordinasi dengan mitra UMKM mengenai kebutuhan pelatihan



Gambar 2. Sesi penyampaian materi



Gambar 3. Praktik Desain Label



Gambar 4. Pendampingan Pembuatan Desain Label

Tabel 3. Hasil Desain Peserta

No	Nama UMKM	Jenis Usaha	Produk	Hasil Desain Label	Hasil Desain Logo
1.	Jajanan MayLuna	Kuliner	Rempeyek		
2.	Aneka Oleh Oleh Banten "Titin Zay"	Kuliner	Gipang		
3.	Markiju "Santy Astuty"	Kuliner	Coklat Tempe		
4.	Malviesha Snack	Kuliner	Keripik Singkong		
5.	Toko Roti Mini h&h	Kuliner	Roti		
6.	Perkeripikan sambal abon "Naya- Nayya"	Kuliner	Abon Ikan		

Meskipun kegiatan ini menunjukkan hasil dan dampak positif, keterbatasan penggunaan internet masih menjadi tantangan yang harus diatasi di masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan untuk mengakses internet, para peserta masih mengandalkan kuota internet dengan kapasitas kecil yang dapat dibeli dengan harga yang murah. Selain itu, keberlanjutan program melalui dukungan berbagai pihak sangat penting agar pendampingan lanjutan di masa yang akan datang dapat dilakukan untuk terus mengembangkan kreativitas dan meningkatkan keterampilan digital para pelaku UMKM lokal.



Gambar 5. Banner UMKM Mayluna



Gambar 6. Banner UMKM Titin Zay



Gambar 7. Tampilan Label Pada Kemasan



Gambar 8. Foto Bersama peserta UMKM

### **KESIMPULAN**

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi digital yang sederhana dan mudah diakses seperti Canva ternyata mampu meningkatkan daya saing UMKM melalui perbaikan desain kemasan produk. Dalam jangka pendek, program pelatihan dan pendampingan ini berhasil meningkatkan literasi digital, keterampilan desain, dan menumbuhkan kesadaran para peserta akan pentingnya *branding*, serta mampu memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kualitas kemasan, penguatan citra merek, dan membuka peluang perluasan pasar. Sehingga secara keseluruhan, kegiatan ini mampu memberikan dampak pada pemberdayaan sosial, khususnya bagi perempuan yang merupakan pelaku UMKM di Kelurahan Warnasari. Di masa yang akan datang, pendampingan berkelanjutan dan pengadaan infrastruktur seperti jaringan internet masuk desa penting untuk dilakukan guna menunjang dan memberikan kemudahan para pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kreativitas dan menjalankan aktifitas usahanya. Selain itu, untuk turut mendukung

pembangunan ekonomi daerah yang inklusif, inisiatif yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menjadi contoh model untuk direplikasi pada kegiatan serupa di wilayah lain.

#### REFERENSI

- Arnstein, S. R. (2019). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Planning Association*, 85(1), 24–34. <https://doi.org/10.1080/01944363.2018.1559388>
- Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development*, 22(9), 1253–1268. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90003-5](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90003-5)
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). *Statistik UMKM Indonesia 2022*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Knowles, M. (1980). *The modern practice of adult education: From pedagogy to andragogy*. Englewood Cliffs, NJ: Cambridge Adult Education.
- Kwartono, M. (2019). *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Muhajir. (2022). Strategi pengembangan koperasi dan UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1-10.
- Nurrahman, T. S. M. (2019). Analisis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sektor perdagangan di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM)*, 2(2).
- Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). Human capital, entrepreneurship, and competitiveness in developing countries. *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(4), 49–61. <https://doi.org/10.35808/ijeba/543>
- Rahmawati, D. (2021). Pemanfaatan Canva sebagai media desain grafis digital bagi UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kreatif*, 3(2), 112–120.
- Sulistyo, H., & Ayuningtyas, H. (2021). Digital literacy barriers among MSMEs in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 45–57. <https://doi.org/10.24914/jeb.v24i1.3456>
- Tambunan, T. (2019). The impact of government support on MSME development in Indonesia. *Journal of Development Studies*, 55(4), 466–483. <https://doi.org/10.1080/00220388.2018.1493197>