

**PELATIHAN DESAIN KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN KAPASITAS IBU
RUMAH TANGGA DALAM PENGEMBANGAN PRODUK PEMBERSIH DI DESA
KARYA INDAH**

***PACKAGING DESIGN TRAINING TO ENHANCE THE CAPACITY OF HOUSEWIVES
IN DEVELOPING CLEANING PRODUCTS IN KARYA INDAH VILLAGE***

**Imelda Yunita¹, Ayu Diana¹, Erpiani Siregar², Fikratul Ihsan², Resdati³, Rahmayuni²,
Muhammad Zakiyul Fikri⁴**

¹) Teknologi Industri Pertanian, Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

²) Teknologi Hasil Pertanian, Jurusan Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Riau

³) Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau

⁴) Teknologi Hasil Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Riau

*Email korespondensi: imeldayunita@lecturer.unri.ac.id

Abstract

Packaging design is an important aspect of enhancing the attractiveness and market value of products. Packaging design plays an important role in increasing the attractiveness and selling value of a product. This community service activity aims to improve the ability of housewives in Karya Indah Village, Apung District, Kampar Regency, in designing packaging for dishwashing soap and floor cleaner. The activity was carried out through socialization, education, demonstration, and direct practice using the Canva and Pixellab applications based on Android. The material covers the function of packaging as a visual communication medium, basic design principles, color selection, arrangement of product information, and making packaging stickers. The results of the activity showed that participants actively took part in the training and were able to produce more attractive and informative packaging designs. This training also increased participants' understanding of the role of packaging in supporting marketing and product competitiveness. This activity successfully improved the knowledge and skills of partners in designing packaging and supported the development of household businesses.

Keywords: *Packaging Design, Housewives, Dishwashing Liquid, Floor Cleaner.*

Abstrak

Desain kemasan berperan penting dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan ibu rumah tangga di Desa Karya Indah, Kecamatan apung, Kaupaten Kampar, dalam merancang kemasan sabun cuci piring dan pembersih lantai. Kegiatan dilaksanakan melalui sosialisasi, edukasi, demonstrasi, dan praktik langsung menggunakan aplikasi Canva dan PixelLab berbasis android. Materi meliputi fungsi kemasan sebagai media komunikasi visual, prinsip dasar desain, pemilihan warna, penyusunan informasi produk, dan pembuatan stiker kemasan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta aktif mengikuti pelatihan dan mampu menghasilkan desain kemasan yang lebih menarik dan informatif. Pelatihan ini juga meningkatkan pemahaman peserta mengenai peran kemasan dalam mendukung pemasaran dan daya saing produk. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mendesain kemasan serta mendukung pengembangan usaha rumah tangga.

Kata kunci: Desain Kemasan, Ibu Rumah Tangga, Sabun Cuci Piring, Pembersih Lantai



Copyright © 2026 Hippocampus: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Kemasan adalah bagian penting dari strategi pemasaran produk karena melindungi produk dan berfungsi sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan informasi, membangun citra merek, dan menarik perhatian pelanggan. Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi kualitas produk, mempengaruhi keputusan pembelian, dan memberikan nilai tambahan yang dapat meningkatkan daya saing produk di pasar. (Kotler & Keller, 2016). Kemasan produk merupakan hal pertama yang dilihat oleh calon pembeli, kemasan produk untuk bisnis mikro dan rumahan menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan pemasaran produk.

Perkembangan usaha rumah tangga di Indonesia menunjukkan potensi yang besar dalam mendukung perekonomian masyarakat. Salah satu produk yang banyak dikembangkan adalah sabun cuci piring dan pembersih lantai karena memiliki permintaan yang relatif stabil dan dapat diproduksi dengan teknologi sederhana. Namun demikian, sebagian besar pelaku usaha rumah tangga masih menghadapi kendala dalam aspek pengemasan produk. Produk sering dipasarkan dengan kemasan yang sederhana tanpa identitas produk yang jelas sehingga kurang mampu bersaing dengan produk komersial yang telah memiliki desain kemasan yang profesional (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022).

Desain kemasan yang baik harus mampu mengintegrasikan unsur estetika dan informasi produk. Selain mempertimbangkan warna, bentuk, tipografi, dan ilustrasi, kemasan juga harus memuat informasi penting seperti nama produk, komposisi, cara penggunaan, isi bersih, identitas produsen, dan informasi lain yang diperlukan konsumen. Menurut Klimchuk dan Krasovec (2018), desain kemasan merupakan kombinasi antara seni, ilmu pemasaran, dan komunikasi visual yang bertujuan untuk menciptakan identitas produk serta meningkatkan daya tarik konsumen.

Kemajuan teknologi digital telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam membuat desain kemasan tanpa harus memiliki kemampuan desain grafis yang kompleks. Berbagai aplikasi berbasis Android seperti Canva dan PixelLab menyediakan fitur yang sederhana, mudah digunakan, serta

memungkinkan pengguna membuat desain kemasan secara mandiri. Pemanfaatan aplikasi tersebut menjadi solusi yang tepat bagi pelaku usaha mikro maupun ibu rumah tangga dalam meningkatkan kualitas tampilan produk dengan biaya yang relatif rendah (Canva, 2024).

Desa Karya Indah, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar merupakan salah satu desa yang memiliki kelompok ibu rumah tangga yang telah memperoleh pelatihan pembuatan sabun cuci piring dan pembersih lantai melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya. Meskipun telah mampu memproduksi kedua produk tersebut, mitra masih menghadapi keterbatasan dalam mendesain kemasan sehingga produk yang dihasilkan belum memiliki identitas visual yang menarik dan belum optimal dalam mendukung pemasaran. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan dalam desain kemasan merupakan kebutuhan yang penting untuk memberikan nilai tambah terhadap produk yang telah dihasilkan.

Tim pengabdian kepada masyarakat mengadakan pelatihan desain kemasan untuk ibu rumah tangga di Desa Karya Indah. Kegiatan utama pengabdian yang telah dilakukan adalah pelatihan pembuatan sabun cuci piring dan sabun pembersih lantai dari limbah minyak jelantah. Kegiatan ini merupakan lanjutan dari kegiatan tersebut. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam desain kemasan menggunakan aplikasi Canva dan PixelLab berbasis Android. Peserta diharapkan dapat membuat desain kemasan yang lebih menarik, informatif, dan memiliki identitas produk yang jelas. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk mendorong pengembangan usaha rumah tangga yang berkelanjutan serta meningkatkan daya saing produk sabun cuci piring dan pembersih lantai.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Desa Karya Indah, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Mitra kegiatan adalah kelompok ibu rumah tangga yang diketuai oleh Ibu Rostiana, yang sebelumnya telah mengikuti pelatihan pembersih lantai dan pembuatan sabun cuci piring. Setelah kegiatan sebelumnya, kegiatan

ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra untuk mendesain kemasan produk dengan tujuan mendapatkan nilai tambah dan daya saing yang lebih baik.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif dalam seluruh rangkaian tugas, mulai dari penyebaran materi hingga desain kemasan. Tim pelaksana terdiri atas dosen Universitas Riau dengan melibatkan mahasiswa sebagai pendamping selama pelaksanaan kegiatan.



Gambar 1. Diagram Alur Proses Pemberdayaan Mitra

Tahapan kegiatan meliputi beberapa langkah sebagai berikut.

1. Sosialisasi dan edukasi

Tahap awal dilakukan melalui penyampaian materi mengenai pentingnya kemasan sebagai media komunikasi visual dan strategi pemasaran produk. Peserta diberikan pemahaman mengenai fungsi kemasan, manfaat desain yang menarik dalam meningkatkan minat beli konsumen, serta unsur-unsur penting yang harus terdapat pada label produk, seperti nama produk, komposisi, petunjuk penggunaan, identitas produsen, dan informasi lainnya sesuai dengan karakteristik produk.

2. Demonstrasi pembuatan desain kemasan

Setelah penyampaian materi, tim pengabdian mendemonstrasikan proses pembuatan desain kemasan menggunakan aplikasi Canva dan PixelLab berbasis Android. Demonstrasi meliputi pengenalan fitur aplikasi, pemilihan template, pengaturan kombinasi warna, penggunaan jenis huruf (tipografi), penempatan gambar, serta penyusunan informasi produk agar menghasilkan desain yang menarik dan mudah dipahami konsumen.

3. Praktik langsung

Pada tahap ini setiap peserta melakukan praktik pembuatan desain stiker kemasan untuk produk sabun cuci piring dan pembersih lantai menggunakan Android masing-masing. Peserta mengalami kesulitan dalam menjalankan aplikasi atau menyusun elemen desain, tim pelaksana memberikan dukungan individual.

Diskusi dan evaluasi

Setelah praktik selesai, dilakukan diskusi mengenai hasil desain yang telah dibuat oleh peserta. Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi, menyusun elemen desain, serta menghasilkan desain kemasan yang informatif dan menarik. Selain itu, dilakukan sesi tanya jawab untuk memperoleh umpan balik terkait pelaksanaan kegiatan dan manfaat pelatihan bagi mitra.

Keberhasilan kegiatan dievaluasi berdasarkan tingkat partisipasi peserta selama pelatihan, kemampuan peserta dalam mengoperasikan aplikasi Canva dan PixelLab, serta kemampuan menghasilkan desain kemasan yang memenuhi prinsip dasar desain visual dan memuat informasi produk secara lengkap. Hasil evaluasi digunakan sebagai indikator peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mendesain kemasan produk yang diharapkan dapat mendukung pemasaran dan meningkatkan nilai jual produk sabun cuci piring dan pembersih lantai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan diikuti dengan antusias oleh seluruh peserta dan merupakan tindak lanjut dari kegiatan sebelumnya berupa pelatihan pembuatan sabun cuci piring dan pembersih lantai. Fokus kegiatan kali ini adalah meningkatkan kemampuan mitra dalam mendesain kemasan produk agar memiliki identitas visual yang lebih menarik dan mampu meningkatkan daya saing produk di pasaran.

Sosialisasi dan Edukasi Desain Kemasan

Tahap awal kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya kemasan sebagai media komunikasi visual dan salah satu strategi pemasaran produk. Materi yang disampaikan meliputi fungsi kemasan, prinsip dasar desain, pemilihan warna, tipografi, penggunaan gambar, serta informasi yang wajib

dicantumkan pada label produk. Peserta juga diberikan pemahaman mengenai fungsi utama kemasan yaitu melindungi produk dan sarana dalam menyampaikan informasi tentang identitas produk yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen.



Gambar 2. Sosialisasi dan Edukasi

Selama kegiatan berlangsung, peserta sangat antusias dan memberikan pertanyaan tentang hal-hal seperti pemilihan warna, penempatan logo, dan informasi yang perlu dicantumkan pada kemasan. Jumlah peserta yang tinggi menunjukkan bahwa pelatihan memenuhi kebutuhan mitra, karena sebelumnya peserta belum memiliki pengalaman membuat desain kemasan secara mandiri.

Hasil ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan bahwa kemasan adalah salah satu komponen pemasaran yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan mengubah persepsi mereka tentang kualitas produk. Kemasan yang menarik dapat meningkatkan nilai tambah produk dan membuatnya unik di pasar. Menurut Ma'nawiyah *et al.*, 2024, informasi dan identitas visual pada kemasan menjadi ciri khas produk yang membedakan produk dari pesaing, oleh karena itu sangat penting untuk memperhatikan identitas visual pada desain kemasan.

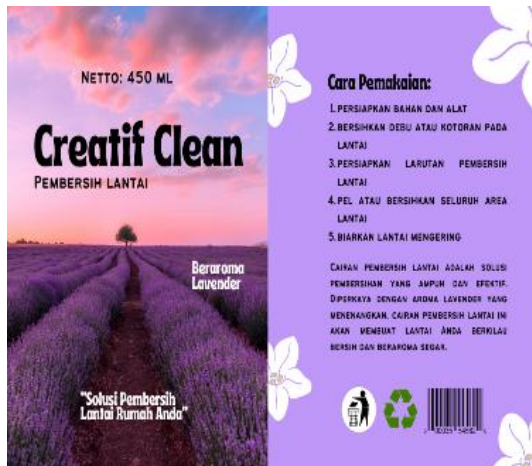
Demonstrasi dan Praktik Pembuatan Desain Kemasan

Demonstrasi penggunaan aplikasi berbasis Android Canva dan PixelLab dilakukan setelah presentasi materi. Proses pembuatan desain kemasan digambarkan oleh tim pengabdian, mulai dari memilih ukuran desain, memilih kombinasi warna, jenis huruf, menambahkan gambar pendukung, dan menyusun informasi produk secara sistematis.

Kesan pertama konsumen dipengaruhi oleh warna, bentuk dan ukuran kemasan yang teramati secara visual (Parassih & Susanto 2020). Pemilihan warna pada praktik ini, disesuaikan dengan bahan aktif yang digunakan. Warna hijau diterapkan pada kemasan sabun cuci piring untuk merepresentasikan penggunaan jeruk nipis sebagai bahan aktif, sedangkan warna ungu digunakan pada kemasan pembersih lantai untuk merepresentasikan penggunaan bunga lavender sebagai bahan aktif. Menurut Abdullah *et al.*, 2026, pemilihan warna pada label kemasan dapat mempresentasikan bahan baku, karakteristik rasa dan aroma pada produk. Oleh karena itu dipilih warna hijau dan ungu yang dapat mempresentasikan desain produk cuci piring (gambar 3) dan sabun pembersih lantai (gambar 4), sesuai dengan bahan aktif yang digunakan.



Gambar 3. Hasil Desain Kemasan Sabun Cuci Piring



Gambar 4. Hasil Desain Kemasan Sabun Pembersih Lantai

Selanjutnya, dengan pendampingan tim pengabdian, peserta melakukan praktik secara mandiri menggunakan telepon pintar masing-masing. Sebagian besar peserta mampu menyelesaikan setiap tahapan pembuatan desain dengan baik, tetapi beberapa masih memerlukan bantuan untuk mengoperasikan aplikasi. Pendampingan secara langsung membantu peserta memahami fungsi setiap fitur sehingga mampu menyusun desain sesuai karakteristik produk yang dihasilkan.

Penggunaan aplikasi Canva dan PixelLab memberikan kemudahan bagi peserta karena keduanya memiliki antarmuka yang sederhana dan dapat dioperasikan melalui perangkat Android. Menurut Rodiyah et al., 2026, canva menjadi platform desain grafis yang ideal diterapkan pada UMKM karena menyediakan template desain yang dapat diakses secara gratis maupun membayar dengan harga minimum.

Kondisi ini sangat sesuai dengan karakteristik mitra yang sebagian besar tidak memiliki pengalaman mengoperasikan perangkat lunak desain grafis berbasis komputer. Kombinasi fitur Canva berupa template menarik dan PixelLab untuk editing teks pada label kemasan meningkatkan efisiensi waktu desain hingga 70% (Yulianto et al., 2024). Pemanfaatan aplikasi digital yang mudah diakses mendukung peningkatan literasi digital masyarakat dalam mengembangkan usaha rumah tangga.

Menurut Klimchuk dan Krasovec (2018), keberhasilan desain kemasan dipengaruhi oleh perpaduan antara unsur estetika, komunikasi visual, dan penyampaian

informasi produk secara efektif. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam proses desain mampu meningkatkan efisiensi serta memberikan fleksibilitas bagi pelaku usaha mikro untuk menghasilkan kemasan yang lebih profesional.

Hasil Desain Kemasan Peserta

Hasil praktik menunjukkan bahwa seluruh peserta berhasil menghasilkan rancangan desain stiker kemasan untuk produk sabun cuci piring dan pembersih lantai. Dibandingkan dengan kondisi sebelum pelatihan, desain yang dihasilkan telah mengalami peningkatan terutama pada aspek pemilihan warna, penyusunan informasi produk, penggunaan ilustrasi, serta tata letak elemen desain. Kemasan yang dihasilkan menjadi lebih menarik bagi konsumen karena menyajikan informasi dan identitas visual yang lebih jelas.



Gambar 5. Desain Botol Kemasan Sabun Pembersih Lantai

Selain menghasilkan desain kemasan, peserta juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya konsistensi identitas visual produk. Peserta menyadari bahwa meskipun produk dibuat oleh usaha rumah tangga, kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk dapat ditingkatkan melalui desain kemasan yang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis tetapi juga mengubah perspektif peserta tentang nilai branding produk.

Menurut Rundh (2016), kemasan bertanggung jawab secara strategis untuk menciptakan nilai (value creation), memperkuat

identitas merek, dan meningkatkan daya saing produk. Namun, menurut Silayoi dan Speece (2007), elemen visual seperti warna, gambar, bentuk, dan tipografi adalah yang paling langsung memengaruhi perhatian pelanggan dan keputusan mereka untuk membeli sesuatu.

Evaluasi Kegiatan

Selama kegiatan, penilaian dilakukan dengan melihat desain yang dibuat oleh peserta dan menilai kemampuan mereka menggunakan aplikasi Canva dan PixelLab. Selain itu, peserta juga mampu menerapkan prinsip-prinsip dasar desain kemasan dalam penyusunan label produk.

Keberhasilan kegiatan terlihat dari meningkatnya pengetahuan peserta mengenai fungsi kemasan sebagai media promosi serta meningkatnya keterampilan dalam membuat desain kemasan secara mandiri. Antusiasme peserta selama diskusi dan praktik juga memperlihatkan bahwa materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan mitra. Melalui kemampuan mendesain kemasan secara mandiri diharapkan biaya produksi dapat ditekan karena mitra tidak lagi bergantung pada jasa desain dari pihak lain.

Pelatihan ini merupakan bentuk pemberdayaan masyarakat yang mampu meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendukung pengembangan usaha rumah tangga secara berkelanjutan. Produk sabun cuci piring dan pembersih lantai yang sebelumnya telah dihasilkan melalui pelatihan terdahulu kini memiliki kemasan yang lebih menarik sehingga berpotensi meningkatkan nilai jual dan memperluas peluang pemasaran.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan desain kemasan bagi kelompok ibu rumah tangga di Desa Karya Indah, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar telah terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui tahapan sosialisasi, edukasi, demonstrasi, dan praktik langsung menggunakan aplikasi Canva dan PixelLab berbasis Android, peserta memperoleh pengetahuan mengenai prinsip-prinsip dasar desain kemasan serta keterampilan dalam membuat desain stiker untuk produk sabun cuci piring dan pembersih lantai. Hasil kegiatan menunjukkan

bahwa peserta antusias mengikuti pelatihan, aktif berpartisipasi dalam sesi diskusi dan praktik, dan dapat membuat desain kemasan yang lebih menarik, informatif, dan identitas visual yang lebih baik daripada sebelum pelatihan. Diharapkan peningkatan kemampuan ini akan meningkatkan nilai produk, memperkuat strategi pemasaran, dan meningkatkan daya saing produk sabun cuci piring dan sabun pembersih lantai di pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat Tahun Anggaran 2024, kami berterima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRPM), Kementerian Pendidikan Tinggi Sains dan Teknologi yang telah memberikan bantuan hibah pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, W.G., Mihrad, E.S., Arimbawa, P., Bande, L.S., & Mursalim, Adiputra, E.A. (2026). Pengembangan Desain Kemasan Inovatif sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Kelurahan Metabutu. *Jurnal Pengabdian Megister Penididkan IPA*, 9(1), 127-133. <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v9i1.14019>
- Canva. (2024). *Canva Design School*. <https://www.canva.com/designschool/>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Data perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia*. <https://kemenkopukm.go.id>
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2018). *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Ma'nawiyah, Y., Mahry, H., & Riono, S.B. (2024) The Influence of Packaging Design, Advertising Effectiveness and Price Perception Regarding Consumers' Buying Interest in Oreo Biscuits at Transmart Tegal. *JECMER: Journal of Economic, Management and*

Entrepreneurship Research, 4(1), 81–94.
<https://jurnal.eraliterasi.com/index.php/jecmer/article/view/149>

Parassih, E.K., & Susanto, E. H. (2020). Pengaruh Visual Packaging Desain (Warna, Bentuk, Ukuran) dan Packaging Labeling (Komposisi, Informasi Nilai Gizi, Klaim) terhadap Purchase Intentions Produk Makanan dan Minuman Kemasan di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 66-71.
<https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i1.10451>

Rodiyah, S., Ritonga, M., & Zebua Y. (2026). Desain Kreatif dan Terjangkau : Optimalisasi Canva untuk Inovasi Kemasan dan Peningkatan Nilai Jual Produk di UMKM Desa Bandar Kumbul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(4), 24386-24392.
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5971>

Rundh, B. (2016). The role of packaging within marketing and value creation. *British Food Journal*, 118(10), 2491–2511.
<https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2015-0390>

Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: A conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495–1517.
<https://doi.org/10.1108/03090560710821279>

Yulianto, F., Arbansyah., Ilham, M.F.N., Atiqah, N.Q.N., Nurdin, A., & Bakri, U. (2024). Inovasi Desain Produk dan Branding dalam Pengembangan UMKM Risoles. *Journal of Empowerment and Community Service*, 4(1), 32-38.