

**Pendampingan Strategi Pemilihan Packaging Menarik Berbasis Canva
Untuk UMKM *Detergent Eco-Friendly* Warga Desa Kemuning
Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang Banten**

Patria Adhistian¹⁾, Agus Syahabuddin²⁾

Dosen Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang
dosen01529@unpam.ac.id, dosen01863@unpam.ac.id

Abstrak

Usaha sekelompok warga Desa Kemuning, Kecamatan Kresek, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, mempunyai usaha UMKM *detergent eco-friendly* yang memanfaatkan pemasaran *captive market* di wilayah mereka perlu didukung agar usaha kecil tersebut menjadi eksis dan berkembang.

Usaha tersebut merupakan usaha sampingan dari para istri warga yang bertekad meningkatkan pendapatan keluarga yang sebagian besar suaminya berprofesi sebagai karyawan swasta yang sebagian diantaranya adalah sudah pensiun kerja, sehingga banyak diperlukan alternatif kegiatan yang bisa diaplikasikan untuk warga khususnya yang sudah pensiun ada ibu rumah tangga gar tetap bisa beraktivitas yang menghasilkan dengan harapan agar warga khususnya yang sudah pensiun agar tetap bisa beraktivitas yang menghasilkan. Sebagai produk dasar pembahasan digunakan *detergent eco-friendly*. *Detergent eco-friendly* ini dapat menjadi alternatif produk unggulan dan peluang usaha masyarakat desa Kemuning.

Mampu memproduksi produk satu hal penting, sedangkan mampu menjual produk adalah hal penting lain yang perlu dikuasai. Dan untuk melengkapi kemampuan menjual tersebut maka tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kami memberikan penyuluhan yang fokus pendampingan strategi pemilihan *packaging* menarik berbasis Canva untuk UMKM *Detergent Eco-Friendly*.

Untuk menarik konsumen agar produk yang ditawarkan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka perlu strategi dalam pengembangannya, seperti penentuan logo dan moto, menciptakan merek, menciptakan kemasan dan label. Maka sebagai salah satu faktor pendukung pemasaran deterjen cair tersebut diperlukan pemilihan desain kemasan (*packaging*) yang menarik dan ekonomis sebagai identitas produk agar dapat menarik minat beli konsumen.

Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, UMKM, Industri Rumah Tangga, Desain Kemasan

A. Pendahuluan

Kegiatan PKM ini dilakukan di Desa Kemuning, Kresek, Kabupaten Tangerang pada hari Sabtu hingga Senin tanggal 11 sampai 13 April 2026 mulai pukul 08.00 hingga selesai. Sebanyak 50 unit UMKM, mayoritas dikelola kelompok perempuan, menghasilkan omzet Rp5-10 juta per bulan per unit menurut Dinas Koperasi Kabupaten Tangerang (2024). Namun, survei pendahuluan tim (Januari 2026) mengungkap 80% pelaku UMKM kesulitan memilih kemasan seperti botol PET daur ulang atau pouch biodegradable yang sesuai SNI 16-7069-2005, serta mendesain label profesional tanpa tools mahal seperti Adobe Illustrator..

Berdasarkan survey tim PKM Teknik Industri Universitas Pamulang didapati beberapa kebutuhan dan potensi yang dapat dikembangkan dalam PKM Dosen Teknik Industri.

1. Potensi

- a. Banyaknya warga perumahan benua indah yang berprofesi sebagai karyawan swasta yang mana hampir $\pm 40\%$ diantaranya adalah sudah pensiun kerja.
- b. Desa Kemuning cukup aktif dalam kegiatan PKK yang dikelola oleh ibu-ibu.
- c. Keinginan masyarakat warga desa Kemuning untuk mengembangkan produk UMKM.

2. Kebutuhan

- a. Banyaknya warga Perumahan Graha Mitra Citra Panongan yang sudah pensiun kerja sehingga membutuhkan bimbingan dalam pengenalan pembuatan aneka macam produk.
- b. Kebutuhan untuk mengembangkan varian produk baru UMKM seperti Sabun Cuci Piring dilengkapi teknik pengemasan, teknik pemasaran, dll).

3. Dukungan Perangkat Desa

- a. Perangkat pimpinan desa Kemuning siap menyediakan waktu untuk pelaksanaan PKM Dosen Teknik Industri.
- b. Kebutuhan dokumen serta administrasi PKM siap didukung oleh perangkat pimpinan desa Kemuning.
- c. Disediakan tempat untuk pelaksanaan PKM.
- d. Masyarakat desa Kemuning siap mendukung pelaksanaan PKM.
- e. Kegiatan pelaksanaan PKM yang berkelanjutan lebih diharapkan oleh pimpinan perangkat desa Kemuning sehingga masyarakat dapat menjalani usaha secara mandiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kami dari Tim Program Pengabdian Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang (UNPAM) yang berjumlah 2 dosen terpanggil untuk ikut serta membantu memecahkan persoalan yang dihadapi oleh bangsa Indonesia pada umumnya dan warga Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang Banten, pada khususnya yaitu dengan mengadakan pembinaan berkelanjutan terhadap masyarakat industri rumah tangga dengan melaksanakan PKM berjudul **“Pendampingan Strategi Pemilihan Packaging Menarik Berbasis Canva Untuk UMKM Detergent Eco-Friendly Warga Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang Banten”**.

B. Branding, Packaging dan Labelling

Merek (*Brand*) adalah identitas tambahan suatu produk yang bukan hanya membedakan dari produk pesaing, tetapi juga janji dari produsen kepada konsumen bahwa produk tersebut akan selalu dapat menyampaikan nilai yang diharapkan konsumen dari sebuah produk. Tjiptono menyatakan bahwa merek merupakan aset strategik terpenting seperti perusahaan yang mampu menciptakan nilai atau manfaat bagi pelanggan dan perusahaan (Hakim, L. (2016)). *Brand* tidak hanya sekedar nama dan logo, tetapi janji suatu organisasi kepada konsumen untuk memberikan apa yang menjadi prinsip *Brand* tersebut serta bermanfaat dalam hal fungsional, emosional, ekspresi diri dan sosial (Irawan, D., & Affan, M. W. (2020)). Merek mulai mendapatkan perhatian khusus setelah para pelaku usaha menilai bahwa brand memiliki peran penting dalam penjualan produk mereka. *Brand* merupakan asset, memiliki ekuitas dan menggerakkan strategi serta performa bisnis. Strategi merek adalah suatu manajemen brand yang bertujuan untuk mengatur semua elemen *brand* dalam kaitannya dengan sikap dan perilaku konsumen, atau dapat diartikan sebagai suatu sistem komunikasi yang mengatur semua kontak poin dengan suatu produk atau jasa atau organisasi itu sendiri dengan stakeholder dan secara langsung mendukung bisnis strategi secara keseluruhan

(Sutawikara, 2017). *Branding* pada produk *home industry* sangat diperlukan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas produk sehingga dapat menarik para calon konsumen untuk membeli produk *home industry* (Karedza & Sikwila, 2017).

Kotler mendefinisikan “*packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product*” yang artinya adalah proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi wadah dari sebuah produk. Kemasan merupakan hal yang penting karena dapat juga digunakan sebagai media promosi untuk memikat konsumen sehingga konsumen berkeputusan untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan (Muhammad Yusuf, et al, 2021). Kemasan yang menarik dapat mempengaruhi pola beli konsumen bagaimana desain kemasan memiliki latar gambar kemasan yang menarik, begitu juga dengan warna kemasan dan font yang digunakan yang berguna untuk mendorong minat belanja konsumen. Dengan data tersebut, dapat dikatakan bahwa *packaging* atau kemasan merupakan salah satu hal yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli suatu produk dari pelaku usaha.

C. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Hal mendasar yang ditawarkan untuk ikut memecahkan masalah adalah melalui kegiatan pembinaan dan pendampingan masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang Banten yang dikemas dengan nama kegiatan “**Pendampingan Strategi Pemilihan Packaging Menarik Berbasis Canva Untuk UMKM Detergent Eco-Friendly Warga Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang Banten**”

Dalam menjalankan ini, ada beberapa teknis yang akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

1. Melakukan survey awal ke lokasi dan mengidentifikasi kebutuhan pelatihan.
2. Mempersiapkan materi terkait strategi pemilihan kemasan yang menarik dan ekonomis untuk produk *Detergent Eco-Friendly* usaha masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang.
3. Melakukan koordinasi dan perijinan serta melengkapi berkas yang diperlukan kepada pihak terkait baik di lapangan maupun di internal Universitas Pamulang.
4. Memilih salah satu produk karang taruna yaitu produk *Detergent Eco-Friendly*, yang akan dijadikan obyek dalam pendampingan strategi pemilihan *packaging* menarik berbasis Canva untuk produk *Detergent Eco-Friendly* usaha masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang.
5. Mempersiapkan media pelaksanaan dan pendampingan strategi pemilihan *packaging* menarik berbasis Canva untuk produk *Detergent Eco-Friendly* usaha masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang.
6. Melakukan pelaksanaan penyuluhan dan pendampingan strategi pemilihan *packaging* menarik berbasis Canva untuk produk *Detergent Eco-Friendly* usaha masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan.
7. Melakukan pendampingan strategi pemilihan *packaging* menarik berbasis Canva untuk produk *Detergent Eco-Friendly* usaha Masyarakat masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang agar mampu bersaing dengan kompetitor.
8. Mempersiapkan berkas administrasi serta pelaporan hasil pengabdian kepada masyarakat.

Pembinaan dan penyuluhan strategi pemilihan kemasan yang menarik dan ekonomis untuk produk *Detergent Eco-Friendly* usaha masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Kresek

Kabupaten Tangerang ini diharapkan dapat melengkapi wawasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat industri rumah tangga masyarakat Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang agar dapat meningkatkan keuntungan usaha mereka. Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut:

- a. Penyuluhan
- b. Simulasi
- c. Partisipasi Mitra.

D.Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Tahapan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi:

- a. Pelaksanaan pembinaan dan penyuluhan **“Pendampingan Strategi Pemilihan Packaging Menarik Berbasis Canva Untuk UMKM Detergent Eco-Friendly Warga Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang Banten”**. Pemaparan materi disampaikan oleh instruktur PKM Ir. Agus Syahabuddin, S.T., M.M. selaku Dosen Teknik Industri Universitas Pamulang.



(Sumber: Dokumentasi Pelaksanaan PKM)

Gambar 4.1 Pemaparan Materi Pendampingan Strategi Pemilihan Packaging Menarik Berbasis Canva Untuk UMKM *Detergent Eco-Friendly* Warga Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang Banten

- b. Melakukan simulasi pemilihan kemasan dan label yang menarik dan ekonomis untuk diterapkan pada produk hand soap. Kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya jual produk deterjen cair yang ada. Begitu juga dengan label, label berfungsi menjadi identitas produk agar calon pembeli dapat mengenali produk dengan mudah. Disisi lain kemasan dan label tersebut juga harus mempertimbangkan nilai ekonomis agar tidak terlalu besar membebani harga jual produk.

- c. Sesi ini disampaikan oleh instruktur PKM Ir. Agus Syahabuddin, S.T., M.M. selaku Dosen Teknik Industri Universitas Pamulang.



(Sumber: Dokumentasi Pelaksanaan PKM)

Gambar 4.2 Lokasi PKM Pendampingan Strategi Pemilihan Packaging Menarik Berbasis Canva Untuk UMKM *Detergent Eco-Friendly* Warga Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang Banten

2. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Salah satu proses evaluasi yang dilakukan tim PKM adalah dengan menyebarkan kuesioner untuk mengetahui tingkat pemahaman terkait materi PKM yang sudah disampaikan. Ada tiga instrumen kuesioner yang disertakan dalam form survei, yaitu:

- Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik
- Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan kami
- Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan

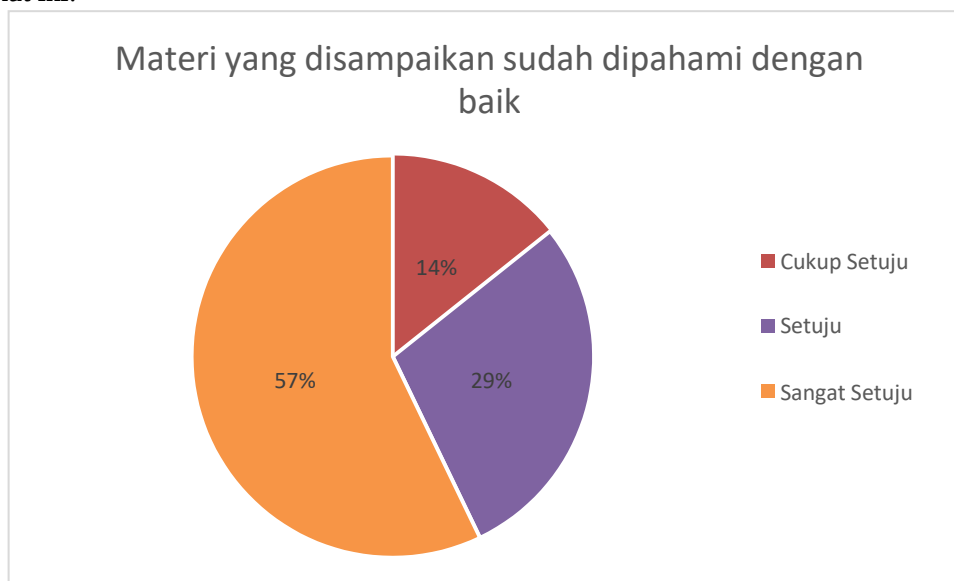
Peserta PKM bisa menanggapi instrumen kuesioner tersebut dengan memilih menggunakan skala Likert 1 s/d 5 (Tidak Setuju s/d Sangat Setuju). Berikut merupakan hasil evaluasi terkait

Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Tanggapan Peserta PKM

Instrumen Kuesioner	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik			2	4	8
Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan kami			1	5	8
Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan			1	6	7

(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

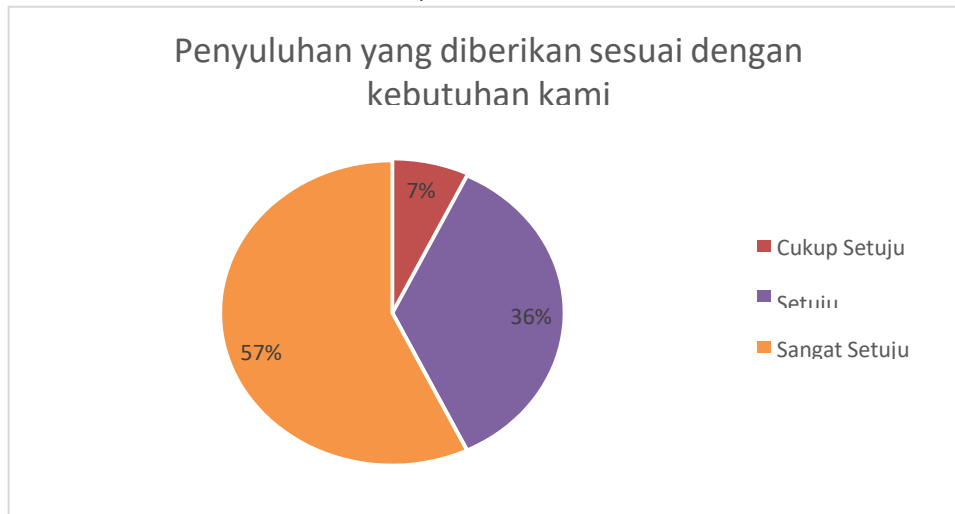
Dari data tanggapan peserta PKM pada tabel 4.1 di atas bisa disimpulkan bahwa dari keseluruhan peserta yang memberikan tanggapan ada 14% cukup memahami, 29% memahami, dan 57% sangat memahami materi yang disampaikan. Data lengkapnya bisa dilihat pada *pie chart* berikut ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Gambar 4.3 Tanggapan Instrumen Kuesioner Pertama

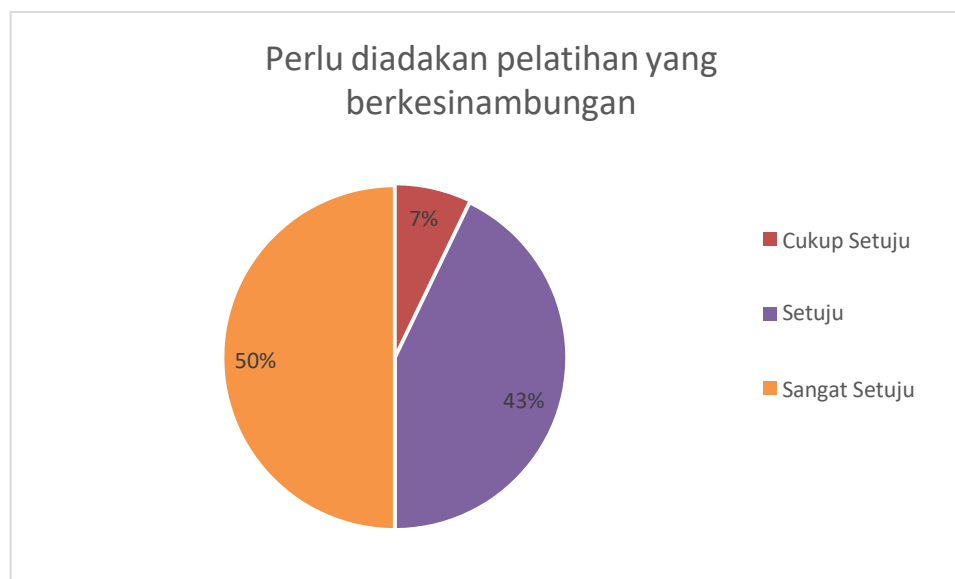
Kemudian untuk instrument kuesioner kedua, ada 7% yang cukup setuju, 36% setuju dan 57% sangat setuju yang berpendapat bahwa penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta PKM. Data lengkapnya bisa dilihat pada *pie chart* berikut ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Gambar 4.4 Tanggapan Instrumen Kuesioner Kedua

Pada instrumen kuesioner ketiga, ada 7% cukup setuju, 43% setuju dan 50% sangat setuju yang berpendapat bahwa perlu diadakan pelatihan yang berkelanjutan. Data lengkapnya bisa dilihat pada *pie chart* berikut ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Gambar 4.5 Tanggapan Instrumen Kuesioner Ketiga

Kesimpulan

Kesimpulan dari pelaksanaan PKM dengan tema “Pendampingan Strategi Pemilihan Packaging Menarik Berbasis Canva Untuk UMKM *Detergent Eco-Friendly* Warga Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang Banten” adalah: Pemilihan kemasan dan label yang menarik dan ekonomis untuk diterapkan pada produk *Detergent Eco-Friendly* sangat bermanfaat bagi peserta. Menurut peserta kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik sebuah produk. Begitu juga dengan label, menurut peserta, label berfungsi menjadi identitas produk agar calon pembeli dapat mengenali produk dengan mudah. Dan ini sesuai dengan paparan materi yang diberikan. Disisi lain kemasan dan label tersebut juga harus mempertimbangkan nilai ekonomis agar tidak terlalu besar membebani harga jual produk.

Saran

Sesuai kuesioner pada tahapan evaluasi diperlukan penyuluhan dan pelatihan berkesinambungan untuk terus membantu masyarakat industri rumah tangga pelaku usahaUMKM agar dapat bersaing dipasar dan dapat membantu perekonomian keluarga.

Ucapan Terima Kasih

Kami selaku narasumber mengucapkan banyak terima kasih atas terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini kepada seluruh jajaran yang terlibat baik itu dari internal LPPM Universitas Pamulang dan Kelompok UMKM warga Desa Kemuning Kecamatan Kresek Kabupaten Tangerang Banten.

DAFTAR PUSTAKA

- Canva Inc. (2025). Canva annual report 2025: 100 million+ active users. <https://www.canva.com/annual-report-2025>
- Dinas Koperasi, UKM, dan Perdagangan Kabupaten Tangerang. (2024). Laporan kinerja UMKM Desa Kemuning, Kresek tahun 2024. Diskop UKM Tangerang.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tangerang. (2025). Program TangerangCerdas: Literasi digital UMKM 2025. Diskominfo Tangerang.
- Euromonitor International. (2025). Eco-friendly laundry care market in Indonesia: Growth projections 2023-2028. <https://www.euromonitor.com>
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (1988). The action research planner. Deakin University Press.
- Kementerian Industri Republik Indonesia. (2024). Laporan daya saing UMKM Indonesia 2024. Kemenperin.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). Strategi Nasional Pemberdayaan UMKM 2021-2024. Kemenkop UKM.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. (2019). Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan Nomor P.75/Menlhk/Setjen/Kum.1/12/2019 tentang

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Hakim, L. (2016). Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Pada Bpr Sejahtera Batam. *Jurnal Dimensi*, 5(1).
- McDonough, W., & Braungart, M. (2002). *Cradle to cradle: Remaking the way we make things*. North Point Press.
- Nielsen. (2022). The power of packaging: How design drives purchase decisions. Global Consumer Insights Report. <https://www.nielsen.com/insights/2022>
- PT EcoPack Indonesia. (2026). Katalog material kemasan ramah lingkungan 2026 [Dokumen internal].
- Redaksi Jurnal Pengabdian Masyarakat. (2024). Peningkatan omzet UMKM Yogyakarta melalui redesign packaging Canva: Studi kasus 40% growth. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 45–56.
- Tim Pengabdian Masyarakat. (2026, Januari). Survei pendahuluan UMKM deterjen eco-friendly Desa Kemuning, Kresek [Dokumen internal tidak dipublikasikan].
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (2003). <https://peraturan.bpk.go.id>