
Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Modern Menggunakan Aplikasi Canva dan Pacdora bagi Mahasiswa Tata Boga Jurusan PKK FT UNM

Wardimansyah Ridwan ^{1*}, Besse Qur'ani ², Ayu Saputri Bahar ³, Fitry Purnamasari ⁴,
Andi Khaerun Niza ⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

*Correspondent Email: wardimansyah.ridwan@unm.ac.id

Article History:

Received: 18-05-2025

Revised: 30-05-2025

Accepted: 09-06-2025

Keywords: Canva,
desain kemasan modern,
mahasiswa tata boga,
pelatihan keterampilan,
pacdora

Abstrak: Desain kemasan menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing produk kuliner di era digital. Mahasiswa Tata Boga sebagai calon pelaku industri kuliner dituntut memiliki kemampuan tidak hanya dalam hal produksi makanan, tetapi juga dalam memasarkan produknya secara visual. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam membuat desain kemasan modern menggunakan aplikasi Canva dan Pacdora. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 10–11 Mei 2025 di Laboratorium Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga FT UNM, melibatkan 50 mahasiswa dan 5 dosen pengabdi. Metode pelaksanaan berupa penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan evaluasi hasil desain. Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta, kemampuan mereka dalam menghasilkan desain yang kreatif, serta respon positif terhadap penggunaan aplikasi. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam menumbuhkan kompetensi digital mahasiswa serta kesiapan mereka menghadapi tantangan industri kreatif kuliner.

Abstract: Packaging design plays a crucial role in enhancing the competitiveness of culinary products in the digital era. Culinary arts students, as future entrepreneurs, are expected to possess not only cooking skills but also the ability to promote their products visually. This community service activity aimed to improve students' skills in creating modern packaging designs using Canva and Pacdora applications. The activity was conducted on May 10–11, 2025, at the Laboratory of the Department of Family Welfare Education, Faculty of Engineering, State University of Makassar, involving 50 students and 5 faculty members. The implementation method included material delivery, demonstrations, hands-on practice, and evaluation of the design outcomes. The results showed high enthusiasm among participants, their ability to produce creative packaging designs, and positive feedback regarding the ease of using the applications. This activity has made a significant contribution to enhancing students' digital competencies and preparing them to face challenges in the creative culinary industry.

Pendahuluan

Desain kemasan memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan pemasaran produk, terutama di sektor industri kreatif kuliner. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang dapat membentuk persepsi konsumen dan mendorong keputusan pembelian (Zhou & Li, 2025). Dalam konteks mahasiswa Tata Boga yang sedang menempuh pendidikan vokasi, keterampilan mendesain kemasan menjadi sangat relevan, terutama untuk mendukung daya jual produk hasil praktik dan tugas akhir mereka.

Hasil observasi awal di Program Studi D4 Tata Boga Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga FT UNM menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa belum memiliki keterampilan desain visual yang memadai. Dari sekitar 60 mahasiswa yang menyelesaikan proyek akhir berupa produk makanan, hanya 12% yang menyertakan desain kemasan yang layak jual. Temuan ini selaras dengan studi oleh Pratama et al. (2024) yang menekankan pentingnya peningkatan kualitas kemasan dalam meningkatkan nilai tambah dan citra produk kuliner.

Kesenjangan kompetensi tersebut mendorong perlunya intervensi berupa pelatihan desain kemasan berbasis teknologi digital. Saat ini tersedia berbagai platform desain yang mudah diakses oleh pemula, seperti Canva dan Pacdora. Canva dikenal sebagai aplikasi desain grafis berbasis template yang intuitif dan cocok untuk pemula (Azizah & Islam, 2024), sedangkan Pacdora menawarkan keunggulan dalam menghasilkan simulasi 3D kemasan secara langsung (Jing, 2024). Keduanya sangat potensial untuk digunakan dalam penguatan keterampilan desain mahasiswa.

Menurut Sitopu & Firdaus (2024), desain kemasan yang baik secara visual dapat meningkatkan minat beli konsumen hingga lebih dari 30%. Studi serupa oleh Wang et al. (2025) juga menekankan bahwa aspek visual kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas produk. Lebih lanjut, Suprihatin, Pramitasari, & Hasanah (2024) menyebutkan bahwa pelatihan desain kemasan dan pemasaran digital bagi pelaku usaha mikro dan mahasiswa terbukti mampu meningkatkan nilai jual dan kepercayaan diri pelaku usaha pemula.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan sebagai respon terhadap kebutuhan tersebut, dengan melibatkan mahasiswa Tata Boga sebagai subjek utama. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan membekali mahasiswa dengan keterampilan teknis desain, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya branding visual dalam menghadapi tantangan industri kuliner yang kompetitif. Program ini diharapkan dapat mendorong terjadinya transformasi keterampilan, dari sekadar pengolahan makanan ke arah pengemasan dan pemasaran produk secara profesional dan menarik.

Metode

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 10 dan 11 Mei 2025 di Laboratorium Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar. Kegiatan ini menasar 50 mahasiswa Program Studi D4 Tata Boga sebagai peserta pelatihan. Pemilihan lokasi dan sasaran kegiatan didasarkan pada kondisi empiris bahwa mahasiswa Tata Boga memiliki kompetensi yang kuat dalam produksi kuliner, namun masih lemah dalam aspek desain kemasan yang berperan penting dalam pemasaran produk. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kurangnya keterampilan visual marketing menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha pemula di bidang kuliner (Zhou & Li, 2025).

Tim pengabdian yang terdiri dari lima dosen Jurusan PKK merancang pelatihan dengan pendekatan partisipatif dan berbasis proyek. Sebelum pelaksanaan kegiatan, dilakukan tahap persiapan yang mencakup identifikasi kebutuhan peserta melalui diskusi informal dan observasi portofolio tugas akhir. Selanjutnya, disusun modul pelatihan yang mencakup pengantar desain kemasan, prinsip desain grafis untuk produk pangan, serta panduan teknis penggunaan aplikasi Canva dan Pacdora. Laboratorium dipersiapkan secara optimal dengan pengaturan tempat duduk, perangkat komputer, koneksi internet, serta akses akun Canva dan Pacdora yang dapat digunakan secara gratis oleh peserta.

Pelaksanaan pelatihan berlangsung dalam dua hari. Hari pertama difokuskan pada pengenalan teori dan demonstrasi penggunaan aplikasi, yang disampaikan secara interaktif oleh tim pengabdian. Mahasiswa dikenalkan pada elemen-elemen penting dalam desain kemasan, seperti warna, tipografi, komposisi visual, serta informasi wajib dalam label makanan. Hari kedua diisi dengan praktik mandiri, di mana peserta diminta untuk membuat desain kemasan sesuai dengan jenis produk kuliner masing-masing. Aplikasi Canva digunakan untuk mendesain tampilan 2D seperti label dan logo, sementara Pacdora dimanfaatkan untuk memvisualisasikan kemasan dalam bentuk 3D.

Proses pembelajaran dirancang dengan metode *learning by doing*, yang memungkinkan peserta belajar langsung melalui praktik nyata. Setiap mahasiswa didampingi secara bergiliran oleh tim pengabdian untuk memastikan mereka mampu mengoperasikan aplikasi secara mandiri dan memahami prinsip dasar desain. Di akhir sesi, peserta mempresentasikan hasil desain mereka dalam forum kelompok kecil. Tim pengabdian memberikan umpan balik berdasarkan estetika visual, keterbacaan informasi, serta kesesuaian antara desain dan jenis produk.

Evaluasi dilakukan secara kualitatif melalui observasi selama praktik dan diskusi reflektif. Peserta juga diminta mengisi form singkat mengenai pengalaman mereka selama pelatihan. Berdasarkan pendekatan ini, proses pengabdian tidak hanya memberikan transfer keterampilan, tetapi juga mendorong perubahan cara berpikir peserta terhadap pentingnya kemasan sebagai elemen strategis dalam wirausaha kuliner.

Untuk memperjelas tahapan kegiatan, berikut disajikan bagan alur kegiatan pelatihan desain kemasan.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Desain Kemasan Modern

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan desain kemasan modern yang dilaksanakan selama dua hari menunjukkan hasil yang sangat positif. Sejak hari pertama kegiatan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Mahasiswa hadir tepat waktu, aktif berdiskusi, serta menunjukkan kemauan besar untuk mencoba berbagai fitur pada aplikasi Canva dan Pacdora. Respons ini mencerminkan bahwa mahasiswa Tata Boga memiliki minat yang kuat terhadap pengembangan keterampilan nonkuliner yang mendukung strategi pemasaran produk.

Proses pendampingan berlangsung secara intensif dan bertahap. Dimulai dari pengenalan prinsip dasar desain kemasan modern, praktik penggunaan aplikasi, hingga sesi evaluasi terhadap desain yang dihasilkan. Setiap peserta diarahkan untuk membuat desain kemasan makanan yang mencakup label, informasi produk, logo, dan visualisasi tiga dimensi. Hasilnya, semua peserta mampu menghasilkan minimal satu desain yang mencerminkan pemahaman mereka terhadap elemen dasar kemasan modern. Beberapa desain bahkan menunjukkan tingkat kreativitas dan keunikan yang tinggi, serta layak digunakan dalam konteks pemasaran produk secara nyata.

Kegiatan berjalan dalam suasana kolaboratif, di mana peserta tidak hanya bekerja secara mandiri tetapi juga saling memberikan masukan dan berbagi ide. Diskusi antar peserta menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran, memperkuat keterampilan reflektif dan memperluas wawasan desain mereka. Fenomena ini sejalan dengan hasil studi Febianti et al. (2023) yang menekankan pentingnya pendekatan berbasis proyek dan kolaborasi dalam meningkatkan hasil belajar keterampilan kreatif.

Berdasarkan observasi tim pengabdian, lebih dari 80% peserta mampu menghasilkan desain kemasan modern yang memenuhi unsur estetika, fungsionalitas, dan kelayakan komersial. Visual yang ditampilkan melalui aplikasi Pacdora membantu peserta memahami bentuk dan tampilan akhir kemasan secara menyeluruh, sehingga desain tidak hanya menarik secara grafis tetapi juga sesuai dengan karakteristik produk kuliner yang mereka rancang. Temuan ini mendukung penelitian Wang et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis teknologi dapat secara signifikan meningkatkan keterampilan visual mahasiswa dalam waktu relatif singkat.

Kegiatan ini juga memberikan dampak yang lebih dalam pada perubahan perspektif peserta. Sebelum pelatihan, sebagian besar mahasiswa menganggap kemasan hanya sebagai pelengkap produk makanan. Namun setelah mengikuti kegiatan ini, mereka memahami bahwa kemasan memiliki fungsi strategis dalam membangun citra, meningkatkan daya tarik, dan memperkuat posisi produk di pasar. Perubahan ini menunjukkan munculnya kesadaran baru terhadap pentingnya desain kemasan modern dalam konteks industri kuliner.

Meskipun kegiatan ini belum menghasilkan lembaga formal baru atau figur pemimpin lokal, muncul beberapa inisiatif personal dari mahasiswa yang mengindikasikan potensi transformasi sosial ke depan. Beberapa peserta menyampaikan rencana untuk mencetak dan menggunakan desain kemasan hasil pelatihan dalam tugas akhir dan penjualan produk pribadi. Bahkan, ada peserta yang menyatakan minat untuk membantu teman seangkatannya dalam membuat desain kemasan secara sukarela. Inisiatif semacam ini mencerminkan tumbuhnya semangat kewirausahaan berbasis keterampilan desain, yang menjadi indikator awal dari perubahan perilaku dan peningkatan kapasitas individu sebagai agen perubahan di lingkungannya.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berhasil mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir dan orientasi mahasiswa terhadap pentingnya estetika, nilai tambah produk, serta potensi ekonomi dari desain kemasan modern. Jika kegiatan serupa diadakan secara berkelanjutan, bukan tidak mungkin akan muncul kelompok wirausaha muda yang mampu mengintegrasikan keahlian kuliner dan desain secara harmonis, menjawab tantangan industri kreatif masa kini.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

Kesimpulan

Kegiatan pelatihan desain kemasan modern menggunakan aplikasi Canva dan Pacdora bagi mahasiswa Program Studi D4 Tata Boga Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga FT UNM telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif. Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam merancang kemasan produk makanan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga fungsional dan layak untuk diterapkan dalam konteks pemasaran.

Antusiasme tinggi, keterlibatan aktif selama praktik, serta kualitas hasil desain yang dihasilkan menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik (*learning by doing*) dan proyek (*project-based learning*) efektif dalam mendorong penguasaan keterampilan baru. Selain itu, kegiatan ini turut menumbuhkan kesadaran baru di kalangan mahasiswa akan pentingnya desain kemasan sebagai bagian dari strategi branding produk kuliner.

Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal menuju penguatan kompetensi wirausaha digital dalam pendidikan vokasi. Untuk itu, disarankan agar pelatihan serupa dilanjutkan secara berkala, bahkan diintegrasikan ke dalam mata kuliah praktikum atau kegiatan inkubasi wirausaha kampus. Hal ini penting guna memastikan bahwa keterampilan yang telah diperoleh dapat dikembangkan lebih lanjut dan memberikan dampak jangka panjang bagi kesiapan mahasiswa memasuki dunia kerja dan industri kreatif kuliner.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pimpinan Fakultas Teknik Universitas Negeri Makassar dan Ketua Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga atas dukungan fasilitas dan izin pelaksanaan kegiatan pelatihan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh mahasiswa Program Studi D4 Tata Boga yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini, serta kepada seluruh tim pengabdian yang telah bekerja sama dalam perencanaan hingga evaluasi kegiatan. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat jangka panjang bagi pengembangan keterampilan mahasiswa dan mendorong lahirnya inovasi baru dalam bidang kuliner dan desain kemasan.

Daftar Pustaka

- Azizah, E. R. N., & Islam, M. A. (2024). Desain kemasan sebagai media promosi produk Nirwana Batik di Desa Wisata Bejijong Kabupaten Mojokerto. *BARIK: Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 6(2), 52–65. → Jurnal
- Febianti, P., Sari, N. R., & Pratama, B. Y. (2023). Improving packaging and marketing of local products through the application of technology and packaging innovation to increase community income in Opak Village. *COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. → Jurnal
- Jing, L. (2024). The impact of packaging elements on consumer purchasing behavior based on

- behavioral economics. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 17(3), 174–177. → Jurnal
- Pratama, R. S., Wulandari, A., & Fadli, H. (2024). Analisis kualitas produk dan packaging pada usaha bawang goreng Horti Mart Desa Maku Kabupaten Sigi. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 2(3), 195–202. → Jurnal
- Putri, A. I., & Hidayat, R. (2023). Penerapan pelatihan berbasis teknologi dalam meningkatkan keterampilan desain grafis pelaku UMKM di masa pascapandemi. *Jurnal Abdimas Teknologi dan Inovasi*, 5(1), 34–42. → Jurnal
- Siregar, R. S. (2023). Teknologi desain kemasan dalam upaya peningkatan value added produk usaha kecil dan menengah. *Jurnal Hasil Teknologi*, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. → Jurnal
- Sitopu, J. W., & Firdaus, A. (2024). Analyzing the impact of packaging design on consumer purchasing decisions in the cosmetics industry. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Bisnis Terapan (JEMBUT)*, 3(1), 1–15. → Jurnal
- Suprihatin, H., Pramitasari, D. A., & Hasanah, A. (2024). Inovasi packaging dan pemasaran digital bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2). → Jurnal
- Wang, J., Mustaffa, N. B., & Mahbob, M. H. B. (2025). The impact of visual communication in packaging design on consumer purchase behaviour: A case-based analysis. *International Journal of Instructional Cases*, 9(1), 1–24. → Jurnal
- Zhou, Y., & Li, X. (2025). The impact of visual elements of packaging design on purchase intention: Brand experience as a mediator in the tea bag product category. *Behavioral Sciences*, 15(2), 181. → Jurnal