

PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI UNTUK DESAIN KEMASAN DAN LABEL SARUNG GEBENG DESA LIMBANG JAYA

Ali Amran¹, Anita Desiani^{2*}, Rifkie Primartha³, Bambang Suprihatin⁴, Ermatita⁵, Fitri Salamah⁶

^{1,2*,4} Program Studi Matematika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Sriwijaya

^{3,5,6} Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya

Jl. Raya Palembang-Prabumulih KM.32, Indralaya, Indonesia

ali_amran@mipa.unsri.ac.id¹, anita_desiani@unsri.ac.id^{2*}, rifkie@ilkom.unsri.ac.id³,

bambang@unsri.ac.id⁴, ermatita@unsri.ac.id⁵, fitrisalamah10@gmail.com⁶

(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract

Gebeng Sarong is a typical woven fabric from Limbang Jaya village, Ogan Ilir Regency, South Sumatra. This craft is increasingly disappearing due to the difficulty of marketing carried out by Limbang Jaya village craftsmen. The packaging and brands used on Gebeng Sarongs are still very simple and unattractive so their marketing is less able to compete with similar products. The lack of creativity of craftsmen in Limbang Jaya is also due to the low level of education of the craftsmen, only elementary or junior high school graduates. In addition, the location of the village is rather remote, causing Gebeng Sarongs to have limited marketing. To help overcome this problem, the Sriwijaya University team held a training activity for craftsmen to develop their products for a wider market with attractive packaging. The stages of this activity include: problem identification, activity preparation, activity implementation, and activity evaluation. The activities carried out were in the form of training activities for craftsmen on the use of information technology and graphic applications., Training activity materials included an introduction to the Canva application, tutorials on making packaging and packaging designs, and direct practice. Based on the results of the pre-test and post-test it can be concluded that this activity has succeeded in improving the skills of craftsmen in designing aesthetic packaging according to market needs, thereby increasing the appeal of Gebeng Sarong in a wider market. This activity is also expected to help maintain the Gebeng Sarong as the typical fabric of the South Sumatra.

Keywords: *Gebeng Sarong; label; Limbang Jaya; information technology; packaging.*

Abstrak

Sarung Gebeng merupakan kain tenun khas desa Limbang Jaya Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan. Namun, saat ini kerajinan ini semakin menghilang karena sulitnya pemasaran yang dilakukan oleh perajin desa Limbang Jaya. Kemasan dan merek yang digunakan pada Sarung Gebeng masih sangat sederhana dan kurang menarik, sehingga pemasarannya kurang mampu bersaing di produk-produk sejenis. Kurangnya kreatifitas perajin Sarung Gebeng desa Limbang Jaya disebabkan juga tingkat pendidikan para perajin yang rendah yaitu hanya tamatan SD atau SMP selain itu lokasi desa yang agak terpelosok menyebabkan Sarung Gebeng terbatas pemasarannya. Untuk membantu mengatasi masalah ini tim Universitas Sriwijaya mengadakan kegiatan pelatihan kepada para perajin untuk dapat mengembangkan Sarung Gebeng buatan mereka ke pasar yang lebih luas dengan kemasan yang menarik. Tahapan kegiatan ini meliputi: identifikasi masalah, persiapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi kegiatan. Kegiatan yang dilakukan berupa kegiatan pelatihan kepada para pengrajin tentang pemanfaatan teknologi informasi dan aplikasi grafis., Materi kegiatan pelatihan mencakup pengenalan aplikasi Canva, tutorial pembuatan desain kemasan dan kemasan, serta praktik langsung. Berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test* dapat disimpulkan kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan pengrajin dalam mendesain kemasan yang estetik dan sesuai kebutuhan pasar sehingga meningkatkan daya tarik Sarung Gebeng di pasar yang lebih luas. Kegiatan ini juga diharapkan dapat membantu terjaganya kain khas yaitu Sarung Gebeng sebagai kain khas Kabupaten Ogan Ilir.

Kata kunci: Sarung Gebeng; label; Limbang Jaya; teknologi informasi; kemasan.

PENDAHULUAN

Sarung Gebeng merupakan kain tenun berbahan dasar sutera yang dibuat dengan menggunakan lebih dari dua jenis pewarna alami, seperti daun pandan, mengkudu, dan kunyit [1]. Pemerintah telah mengakui Sarung Gebeng sebagai kain khas Kabupaten Ogan Ilir, yang mencerminkan upaya pelestarian warisan budaya lokal [2]. Desa Limbang Jaya yang terletak di Sumatera Selatan menjadi pusat produksi Sarung Gebeng [3]. Namun, berdasarkan hasil wawancara tim pengabdian pada 28 April 2024 ditemukan bahwa penjualan Sarung Gebeng masih mengalami berbagai keterbatasan. Para pegrajin kain Sarung Gebeng desa Limbang Jaya hanya mampu menjual 4 hingga 5 lembar kain secara langsung kepada konsumen. Penjualan kain Sarung Gebeng masih terbatas pada pasar lokal, tanpa adanya akses ke pasar yang lebih luas.

Sarung Gebeng menghadapi berbagai tantangan dalam pemasaran, termasuk persaingan dengan kain bermerek komersial [3]. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para perajin Sarung Gebeng desa Limbang Jaya adalah kurangnya informasi untuk memasarkan produk mereka lebih luas, lokasi desa Limbang Jaya yang cukup pelosok, kurangnya inovasi dan kreatifitas yang dimiliki oleh para perajin karena minimnya tingkat pendidikan yang dimiliki rata-rata oleh para perajin Sarung Gebeng desa Limbang Jaya. Rata-rata para perajin Sarung Gebeng desa Limbang Jaya adalah tamatan SD dan SMP [4]. Kendala ini menjadikan perajin lebih memilih menjual hasil produksi kepada penadah atau tengkulak agar mendapatkan hasil dengan cepat [5]. Faktor pendidikan yang rendah menjadi hambatan dalam mengakses pasar yang lebih luas, merancang strategi pemasaran, dan melakukan inovasi produk bagi perajin di desa Limbang Jaya [4]. Permasalahan-permasalahan ini dapat menyebabkan ketidaksejahteraan bagi para perajin Sarung Gebeng dan juga dapat menjadi ancaman punahnya atau hilangnya kain-kain tradisional peninggalan nenek moyang akibat tidak kurangnya pemasaran dan ketidakmampuan bersaing dengan kondisi saat ini.

Saat ini perkembangan pemasaran tidak hanya dilakukan secara manual namun juga pemasaran digital dengan pemanfaatan teknologi informasi [6]. Salah satu pendukung pemasaran adalah pengemasan yang baik, pemanfaatan teknologi informasi dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik produk melalui inovasi

dalam desain kemasan dan label [7]. Kemasan dan Label yang menarik tidak hanya mampu meningkatkan nilai estetika produk, tetapi juga berpotensi meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas [8]. Meskipun beberapa program pengabdian telah dilakukan di Desa Limbang Jaya, Sebagian besar berfokus pada kerajinan songket dan belum menyentuh kerajinan Sarung Gebeng [9], [4]. Salah satu solusi untuk mengatasi kendala tersebut yaitu dengan memanfaatkan teknologi untuk desain kemasan dan label telah seperti corel draw dan canva [10].

Canva adalah platform desain grafis berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk membuat berbagai jenis desain visual [11]. Canva dapat membantu para pengrajin mendesain kemasan dan label yang menarik secara visual [12]. Beberapa kegiatan pengabdian mengenai pelatihan dan pemanfaatan kemasan dan branding telah banyak dilakukan. Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Hadi dan team menerapkan penggunaan label dan kemasan untuk perajin srikaya jumbo desa Desa Pupus Kecamatan Lembayan Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur [13]. Kemudian pengabdian oleh Jogatama Purhita dkk yang memanfaatkan kemasan dan label untuk meningkatkan branding produk kerupuk beras di desa Desa Mojolegi, Gumuk Rejo, Tawang Sari, dan Krasak di Kecamatan Teras Kabupaten Boyolali [14]. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, inovasi kemasan dan label dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi [15].

Tim pengabdian masyarakat dari Universitas Sriwijaya mengusulkan kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada perajin Sarung Gebeng di Desa Limbang Jaya. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan perajin dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk memperbaiki kemasan dari Sarung Gebeng sebelum di pasarkan secara luas. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan kegiatan yang dibagi menjadi 3 kelompok yaitu pemberian materi, praktikum dan pendampingan, tahapan terakhir adalah evaluasi. Evaluasi digunakan untuk membuktikan hipotesa bahwa melalui kegiatan ini, kemampuan perajin Sarung Gebeng dapat memasarkan hasil kerajinannya lebih luas. Untuk membuktikan hipotesa ini diberikan pre-test dan post-test. *Pre-test* diberikan pada tahap persiapan untuk mengetahui pemahaman perajin terhadap kegiatan yang tim tawarkan sedangkan pada evaluasi diberikan *post-test* untuk dapat

mengukur sejauh mana perajin sarung songket dapat memahami materi yang diberikan. Pada kegiatan ini para perajin diajarkan cara mendesain kemasan dan label menggunakan aplikasi Canva. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu memberikan manfaat bagi para perajin di desa Limbang Jaya dimana dengan kegiatan ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran produk sekaligus memberikan nilai tambah pada Sarung Gebeng melalui kemasan yang menarik.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa Limbang Jaya, Kecamatan Tanjung Batu, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan usaha Sarung Gebeng. Fokus utama kegiatan ini adalah pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk mendesain kemasan dan label produk Sarung Gebeng. Masyarakat diajarkan cara memanfaatkan teknologi untuk mendesain kemasan dan label yang menarik melalui pendampingan dan pembelajaran. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan perekonomian masyarakat. Metode pengabdian kepada masyarakat yang berisi tahap kegiatan [16] dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Identifikasi Masalah

Berdasarkan survei dan wawancara dengan para pengrajin di Desa Limbang Jaya, ditemukan bahwa penjualan Sarung Gebeng masih menghadapi berbagai kendala. Para pengrajin hanya mampu menjual 4 hingga 5 lembar kain secara langsung kepada konsumen, dengan jangkauan pemasaran yang terbatas pada pasar lokal. Persaingan dengan kain bermerek komersial semakin memperparah kondisi ini. Selain itu, keterbatasan ekonomi memaksa pengrajin untuk menjual hasil produksi kepada tengkulak, sehingga mengurangi keuntungan yang diperoleh. Rendahnya

pemahaman tentang kewirausahaan, kurangnya inovasi dalam desain produk, dan minimnya pemanfaatan teknologi informasi menjadi hambatan utama dalam meningkatkan daya saing Sarung Gebeng. Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan upaya pelatihan dan pendampingan yang terfokus pada pengembangan keterampilan desain kemasan dan label.

Persiapan Kegiatan

Persiapan kegiatan diawali dengan survei dan wawancara bersama para pengrajin di Desa Limbang Jaya untuk memahami kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi para pengrajin Sarung Gebeng. Berdasarkan hasil tersebut, tim pengabdian menyusun modul pelatihan yang mencakup materi tentang dasar-dasar desain grafis, penggunaan aplikasi Canva, strategi pemasaran digital, serta pembuatan desain kemasan dan label yang menarik untuk meningkatkan daya saing produk. Selanjutnya, koordinasi dilakukan dengan perangkat desa untuk mengundang peserta pelatihan, yaitu pengrajin Sarung Gebeng. Selain itu, tim mempersiapkan alat dan bahan penunjang, seperti soal *pre-test* dan *post-test*, kertas, alat tulis, serta perangkat pendukung lainnya. Hasil dari *pre-test* dan *post-test* digunakan sebagai parameter untuk mengukur keberhasilan kegiatan ini.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan para pengrajin Sarung Gebeng dalam penggunaan aplikasi Canva untuk mendesain kemasan dan label. Kegiatan pelatihan dimulai dengan pelaksanaan *pre-test* untuk mengukur pemahaman awal peserta terkait materi yang akan diajarkan. *Pre-test* ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan dasar para pengrajin mengenai desain grafis, penggunaan aplikasi Canva, serta pentingnya desain kemasan dan label untuk pemasaran produk. Soal *pre-test* yang diberikan disusun sesuai dengan topik-topik yang akan dibahas dalam pelatihan. Alat penunjang yang digunakan selama *pre-test* meliputi soal ujian, kertas, dan alat tulis. Hasil dari *pre-test* ini akan menjadi acuan dalam menyesuaikan pendekatan penyampaian materi pelatihan.

Setelah *pre-test*, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi yang dirancang untuk memberikan pengetahuan kepada peserta tentang desain grafis dan penggunaan aplikasi Canva dalam pembuatan desain kemasan dan label. Materi tersebut disampaikan oleh narasumber yang ahli di bidangnya, menggunakan presentasi visual yang disertai dengan contoh praktis. Topik utama yang dibahas meliputi cara menggunakan Canva untuk

mendesain kemasan dan label yang menarik, serta bagaimana desain ini dapat meningkatkan daya saing produk di pasar. Penyampaian materi ini bertujuan agar peserta dapat memahami konsep dan teknik desain dengan jelas dan siap untuk diimplementasikan.

Setelah materi disampaikan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan langsung kepada peserta dalam pembuatan desain kemasan dan label. Pendampingan ini bertujuan agar peserta dapat mempraktikkan secara langsung penggunaan aplikasi Canva dengan bimbingan dari tim pengabdian. Setiap peserta diberikan kesempatan untuk mendesain kemasan dan label produk Sarung Gebeng mereka, dengan pendampingan personal dari tim pengabdian untuk mengatasi kesulitan teknis yang muncul. Tim memberikan saran dan arahan terkait desain agar produk yang dihasilkan menarik dan sesuai dengan prinsip pemasaran yang efektif.

Kegiatan ditutup dengan pelaksanaan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. *Post-test* ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana peserta dapat mengaplikasikan pengetahuan yang telah diajarkan selama pelatihan. Soal *post-test* mencakup materi yang telah disampaikan, seperti penggunaan aplikasi Canva dan konsep desain kemasan dan label. Hasil *post-test* akan dibandingkan dengan hasil *pre-test* untuk menilai perkembangan keterampilan peserta dalam mendesain produk. Evaluasi ini juga menjadi dasar untuk menilai efektivitas pelatihan dan memberikan *feedback* untuk perbaikan kegiatan di masa mendatang.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur keberhasilan program pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan. Evaluasi ini dilakukan melalui dua tahap, yaitu analisis hasil *pre-test* dan *post-test* serta observasi langsung selama kegiatan berlangsung. Hasil *pre-test* dan *post-test* dibandingkan untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang diajarkan, khususnya dalam penggunaan aplikasi Canva untuk desain kemasan dan label. Selain itu, tim pengabdian juga melakukan penilaian terhadap hasil desain yang dibuat peserta sebagai bentuk implementasi dari materi pelatihan. Observasi langsung digunakan untuk menilai tingkat partisipasi, antusiasme, dan kemampuan peserta dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Berdasarkan hasil evaluasi, program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan peserta dan daya saing produk Sarung Gebeng di pasar yang lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sarung Gebeng merupakan kain tenun khas dari Desa Limbang Jaya, Kabupaten Ogan Ilir yang menjadi salah satu warisan budaya lokal. Namun, pemasaran Sarung Gebeng masih terbatas pada penjualan di toko-toko lokal, tanpa akses ke pasar yang lebih luas. Untuk meningkatkan daya saing dan pemasaran produk ini, dilakukan program pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pemanfaatan teknologi informasi, khususnya aplikasi Canva untuk mendesain kemasan dan label produk. Program ini dilaksanakan dalam empat tahapan: Identifikasi masalah, tahap persiapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi kegiatan. Pada tahap persiapan, panitia membagi tugas, menyusun modul, menghubungi perangkat desa, dan menyiapkan *pre-test* serta *post-test* dengan soal yang sesuai dengan materi dalam modul. Sebelum pelaksanaan kegiatan, peserta harus mengisi *pre-test* dapat dilihat pada Gambar 2.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 2. Peserta Pelatihan Mengerjakan *Pre-test*

Pada Gambar 2 menunjukkan peserta pelatihan sedang mengerjakan soal *pre-test* untuk mengukur tingkat pemahaman tentang penggunaan aplikasi Canva dan konsep dasar pemasaran online. *Pre-test* ini menjadi langkah penting untuk mengetahui kebutuhan pelatihan dan evaluasi hasil belajar peserta. Setelah *pre-test* selesai, dilanjutkan dengan pemaparan materi yang mencakup langkah-langkah penggunaan aplikasi Canva untuk mendesain kemasan dan label produk secara kreatif. Selama sesi ini, peserta diberikan kesempatan bertanya dalam sesi tanya jawab untuk meluruskan pemahaman dan mendalami materi yang disampaikan. Kegiatan berikutnya adalah praktik langsung, di mana peserta memanfaatkan aplikasi Canva untuk membuat desain kemasan dan label, yang bertujuan meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari. Proses praktik ini dapat dilihat pada Gambar 3.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
 Gambar 3. Praktik Pembuatan Kemasan dan Label

Pada Gambar 3, terlihat peserta sedang melakukan praktik langsung dalam pembuatan desain kemasan dan label produk menggunakan aplikasi Canva. Peserta didampingi oleh anggota tim yang siap memberikan bantuan jika peserta mengalami kesulitan. Setelah materi disampaikan dan praktik secara langsung dilakukan, peserta diberikan *post-test*. *Post-test* bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman dan kemampuan peserta dalam mengoperasikan aplikasi Canva. Pertanyaan diberikan berupa pertanyaan pilihan ganda sebanyak 10 pertanyaan dan 3 pertanyaan essay. Pertanyaan yang diberikan pada *pre-test* sama dengan pertanyaan yang diberikan saat *post-test* untuk melihat apakah ada peningkatan dan perubahan kemampuan dari para perajin setelah diberikan kegiatan pelatihan ini. Hasil perbandingan nilai antara *pre-test* dan *post-test* peserta terkait penggunaan aplikasi Canva dalam pembuatan desain kemasan dan label pada pelatihan dapat dilihat pada Tabel 1.

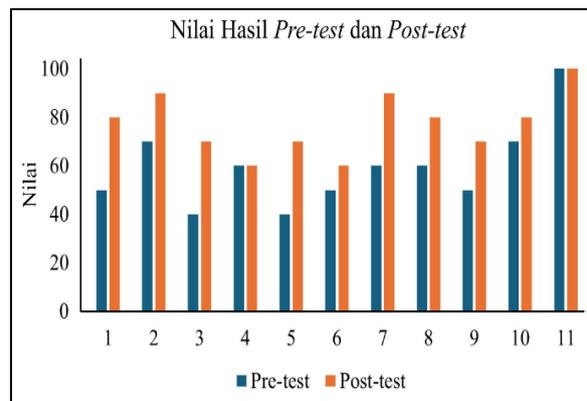
Tabel 1. Nilai *Pre-test* dan *Post-test* Peserta

Nama	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
Peserta 1	50	80
Peserta 2	70	90
Peserta 3	40	70
Peserta 4	60	60
Peserta 5	40	70
Peserta 6	50	60
Peserta 7	60	90
Peserta 8	60	80
Peserta 9	50	70
Peserta 10	70	80
Total	550	750
Rata-rata	55	75

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Pada Tabel 1 dapat dilihat adanya peningkatan yang signifikan pada nilai *post-test* peserta setelah mengikuti pelatihan mengenai penggunaan Canva. Dari 10 peserta yang terlibat, sebagian besar menunjukkan peningkatan nilai *post-test* jika dibandingkan dengan nilai *pre-test*. Rata-rata nilai *pre-test* peserta sebelum pelatihan

adalah 55, yang mengindikasikan pemahaman yang masih terbatas mengenai materi. Namun, setelah mengikuti pelatihan, rata-rata nilai *post-test* peserta meningkat menjadi 75, yang mencerminkan peningkatan pemahaman yang lebih baik terhadap materi yang diberikan. Peningkatan ini menunjukkan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan keterampilan peserta dalam menggunakan Canva. Perbandingan hasil nilai *Pre-test* dan *Post-test* setiap peserta dapat dilihat pada Gambar 4.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)
 Gambar 4. Grafik Hasil *Pre-test* dan *Post-test*

Pada Gambar 4, dapat dilihat bahwa sebagian besar peserta berhasil mengalami peningkatan nilai pada *post-test* setelah mengikuti pelatihan, meskipun ada satu peserta yang tidak menunjukkan peningkatan. Meskipun demikian, mayoritas peserta berhasil memperoleh nilai yang memuaskan, yang mengindikasikan bahwa mereka memiliki pemahaman yang baik terhadap materi yang telah disampaikan selama pelatihan. Hal ini menunjukkan efektivitas pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan peserta. Selain perbandingan nilai, hasil pelatihan peserta mengenai penggunaan teknologi terhadap desain kemasan dan label pada kerajinan Sarung Gebeng. Contoh desain kemasan dan label untuk produk kerajinan Sarung Gebeng dapat dilihat pada Gambar 5 dan Gambar 6.

Gambar 5 menampilkan desain kemasan Sarung Gebeng yang dibuat dari bahan ramah lingkungan, dengan dominasi warna netral yang memberikan kesan elegan dan alami. Kemasan dihiasi dengan pita berwarna gelap serta logo produk yang tercetak secara minimalis di bagian depan, menonjolkan citra merek yang sederhana namun berkelas. Tulisan "Sarung Gebeng – Limbang Jaya" memperkuat identitas lokal sebagai bagian dari strategi branding produk unggulan desa.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 5. Desain Kemasan Sarung Gebeng



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2024)

Gambar 6. Desain Label Sarung Gebeng

Gambar 6 menunjukkan desain label produk Sarung Gebeng yang berbentuk tag persegi panjang dengan ujung atas meruncing dan lubang di bagian atas untuk pengait. Warna label yang lembut menciptakan kesan hangat dan natural, selaras dengan konsep tradisional dan ramah lingkungan yang diusung produk. Di bagian tengah label terdapat logo khas Sarung Gebeng berbentuk ornamen etnik yang mencerminkan nilai budaya lokal, serta tulisan "Sarung Gebeng - Limbang Jaya" sebagai identitas produk. Elemen transparan pada kemasan memungkinkan pelanggan melihat langsung produk di dalamnya, menciptakan kesan menarik sekaligus modern. Desain label ini tidak hanya berfungsi sebagai penanda produk, tetapi juga dirancang agar meningkatkan daya tarik produk dan menambah nilai jual di pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan, masyarakat Desa Limbang Jaya dapat memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat

promosi dan pemasaran. Hasil kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu menguasai materi yang diberikan dan dapat menerapkannya di kemudian hari. Penggunaan aplikasi canva mampu meningkatkan kreatifitas dari para pengrajin dalam membuat media promosi dan memasarkan hasil kerajinan. Pada akhir pelatihan, tim akan tetap menjalin komunikasi dengan peserta agar Desa Limbang Jaya tetap dapat melanjutkan kegiatan yang telah diajarkan oleh tim. Dari kegiatan ini, dapat dilihat keantusiasan para peserta dalam mengikuti pelatihan serta kesan dan pesan yang disampaikan agar pelatihan dapat diadakan kembali untuk mengasah kemampuan dan sumber daya masyarakat dengan lebih baik lagi.

Kegiatan pengabdian selanjutnya, disarankan untuk melakukan *monitoring* dan evaluasi secara rutin terhadap penggunaan aplikasi Canva dalam mendesain kemasan dan label. Langkah ini bertujuan untuk memastikan efektivitas penggunaannya, memberikan bimbingan jika diperlukan, serta mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan kualitas desain.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. O. Marhini *et al.*, "Pelatihan pembuatan kerajinan anyaman serat agel pada mahasiswa jurusan tradisi lisan di dekranasda sultra," vol. 5, pp. 970-976, 2024.
- [2] Yuliana, "Usai Dipatenkan, Setiap Kamis ASN Ogan Ilir Harus Gunakan Kain Gebeng" Artikel ini telah tayang di halaman gatra.com dengan judul 'Usai Dipatenkan, Setiap Kamis ASN Ogan Ilir Harus Gunakan Kain Gebeng'. Baca selengkapnya: <https://www.gatra.com/news-573782->, *Gatra Com*, 2023.
- [3] T. Panca Wijaya, "Kain Gebeng Motif Lilin Asli Ogan Ilir Jadi Pakaian Resmi Saat Peringatan Hari Jadi Kabupaten OI ke 18," *begawanindonesia.com*, 2022.
- [4] B. Suprihatin *et al.*, "Pemberdayaan Pengrajin Songket Melalui Pendampingan Aplikasi Desain Grafis Di Desa Limbang Jaya," *J. Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy. UNSIQ*, vol. 10, no. 1, pp. 50-55, 2023, doi: 10.32699/ppkm.v10i1.3643.
- [5] Andika, "BAHAYA! Kain Tenun Gebeng Kini Nyaris Punah, Pengrajin Ungkap Hal Mengejutkan Ini," *Sumatera Ekspres*, 2024.
- [6] A. I. Siregar, "Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital: Kajian Konseptual," *J. Ilm. Univ. Batanghari Jambi*, vol. 24, no. 3, p. 2921, Oct. 2024, doi: 10.33087/jiubj.v24i3.5678.

- [7] A. Khoirunnisa and M. Ikaningtyas, "Sosialisasi Pengolahan Bunga Telang dan Branding Packaging Bunga Telang Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Japanan, Mojowarno, Jombang," *NEAR J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 16–21, 2023, doi: 10.32877/nr.v3i1.833.
- [8] D. Hariyanto, A. Zaki Azzuhairi, A. Winarno, and A. Hermawan, "Pengembangan Kemasan Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Batik Sujo," *Community Dev. J. J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 1, Jul. 2022, doi: 10.31004/cdj.v3i1.3087.
- [9] A. Desiani *et al.*, "Aplikasi Desain Grafis Untuk Pengembangan Konten Promosi Produksi Pengrajin Anyaman Purun Desa Burai," *J. Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy. UNSIQ*, vol. 10, no. 3, pp. 240–250, 2023, doi: 10.32699/ppkm.v10i3.4553.
- [10] M. A. Lestari, A. M. B. M. Kamil, N. A. B. Rofiee, W. Akbar, A. Zidan, and F. Z. Putri, "Pemanfaatan aplikasi canva untuk meningkatkan keterampilan desain grafis," *J. Pembelajaran Pemberdaya. Masy.*, vol. 5, no. 4, pp. 825–836, Aug. 2024, doi: 10.33474/jp2m.v5i4.22363.
- [11] F. Fahminnansih and E. Rahmawati, "Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis dan Promosi Produk pada Sekolah Islami berbasis Kewirausahaan," *Soc. J. Pengabd. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 51–58, 2021.
- [12] L. Widayanti, A. Kala'lembang, W. Adharyanty Rahayu, S. Yulia Riska, and Y. Arya Sapoeetra, "Edukasi Pembuatan Desain Grafis Menarik Menggunakan Aplikasi Canva," *J. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 91–102, Nov. 2021, doi: 10.32815/jpm.v2i2.813.
- [13] D. C. A. Kadi, R. U. Fuai Ananta, R. Y. Damayanti, and K. E. Yani Mustika, "Labeling, Packaging, Dan Branding Sebagai Peningkatan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Selai Srikaya Jumbo Desa Pupus Lembeyan Magetan," *Din. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 105–111, 2019.
- [14] E. Jogatama Purhita, S. Nugroho, S. Widiastuti, A. Zainudin, Ayyub, and Y. Fitrianto, "Peningkatan Kapasitas SDM dalam Memahami Pentingnya Branding dan Packaging Produk UMKM Desa," *J. Pengabd. Kpd. Masy. Nusant.*, vol. 4, no. 4, pp. 4455–4462, 2023.
- [15] H. Suprihatin, D. A. Pramitasari, and A. Hasanah, "Inovasi Packaging dan Pemasaran Digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah," *Amal Ilm. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 2, pp. 254–263, May 2024, doi: 10.36709/amalilmiah.v5i2.205.
- [16] K. Solecha, O. Irnawati, F. Indriyani, H. Rachmi, H. P. Tanjung, and N. W. Hidayat, "Efektivitas Pelatihan Pembuatan Konten Digital Dalam Meningkatkan Kelompok Wanita Tani (KWT) Pancasona," *J. AbdiMas Nusa Mandiri*, vol. 6, no. 2, pp. 69–75, Oct. 2024, doi: 10.33480/abdimas.v6i2.5886.