

Pelatihan Dasar Design bagi UMKM melalui Canva untuk Meningkatkan Kreatifitas Pemasaran Digital

Galih Nugraha¹, Hilda Maulida², Mia³, Sri Maulida Apriani⁴, M. Rifki Agus Saputra⁵

^{1,2,3,4,5}Manajemen, Universitas Mayasari Bakti

E-mail: ¹galihnugraha499@gmail.com, ²hildamaulida222@gmail.com,

³miasumiarsih1604@gmail.com, ⁴sm6610829@gmail.com, ⁵rifkiagussaputra21@gmail.com

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat melalui peran pemasaran digital dalam meningkatkan ekonomi UMKM di Desa Kiarajungkung, Kabupaten Tasikmalaya. Pelaku UMKM memanfaatkan aplikasi Canva untuk meningkatkan strategi pemasaran digital dengan meningkatkan tampilan design *interface* yang akan berdampak pada penjualan. Pengabdian masyarakat ini melibatkan UMKM dibawah binaan Desa Kiarajungkung dengan menyelenggarakan pelatihan dasar desain melalui aplikasi Canva untuk membuat konten pemasaran yang kreatif. Pengabdian ini menyoroti pentingnya mengintegrasikan teknologi modern ke dalam bisnis tradisional untuk mengatasi tantangan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui peningkatan kreativitas pemasaran digital. Hasil dari kegiatan PKM menunjukkan bahwa peserta dapat membuat design melalui aplikasi Canva untuk konten pemasaran digital bagi produk atau jasa yang dipasarkan oleh UMKM di media digital.

Keyword: Pemasaran Digital, UMKM, Canva

Abstract

The contribution of digital marketing to the enhancement of the UMKM economy in Tasikmalaya District's Kiarajungkung Village demonstrates committed to the community. By enhancing the way that design interfaces that may affect sales are shown, UMKM operators can improve their digital marketing campaigns with the Canva application. As part of its community service project, UMKM is constructing Kiarajungkung Village and has arranged for basic design instruction using the Canva software to produce original marketing content. This commitment emphasizes how crucial it is to use new and old technologies to solve economic issues and improve community well-being via more inventive digital marketing. Based on the outcomes of PKM activities, participants can use Canva tools to design digital marketing content for goods or services that UMKM is promoting on digital media.

Keywords: Canva, UMKM, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang secara signifikan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM menunjukkan kreativitas dan kemampuan individu dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk menyalurkan ide-ide mereka menjadi produk UMKM yang beragam. Ekspansi UMKM secara substansial memengaruhi perkembangan ekonomi regional dengan meningkatkan produk lokal, mendorong kemandirian ekonomi, dan memperbaiki kesejahteraan melalui kreativitas komunitas [1]. Peningkatan kualitas pribadi, manajemen sumber daya manusia yang efektif, inovasi dalam sektor UMKM, pemeliharaan infrastruktur pemerintah, investasi di pasar saham, pendanaan UMKM, dan adopsi teknologi modern adalah kunci untuk berkontribusi pada peningkatan ekonomi komunitas [2].

UMKM memainkan peran penting dalam mendukung pariwisata dengan dukungan kuat dari Masyarakat di Kabupaten Tasikmalaya. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah pengusaha UMKM di desa setiap tahunnya. Usaha-usaha ini beragam, mencakup pengolahan makanan dan berbagai jenis usaha lainnya. Salah satu Desa di Kabupaten Tasikmalaya yang memiliki binaan mengenai UMKM yaitu Desa Kiarajungkung terletak di Kecamatan Sukahening, Kabupaten Tasikmalaya. Desa Kiarajungkung memiliki masalah seperti desa lain di Indonesia yaitu menghadapi tantangan ekonomi yang signifikan. Meskipun produk lokalnya berkualitas tinggi, namun kurang dikenal di pasar yang lebih luas, sehingga berdampak negatif pada pendapatan warga yang bergantung pada pertanian dan kerajinan tangan.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membuka peluang besar untuk memasarkan produk lokal melalui platform digital. Pemasaran digital memungkinkan produk dari Desa Kiarajungkung menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Memanfaatkan media sosial, *e-commerce*, dan situs web dapat membantu meningkatkan *visibilitas* dan *aksesibilitas* produk UMKM. Peralihan dari metode pemasaran konvensional ke digital di kalangan pelaku UMKM sejalan dengan kemajuan teknologi yang berkelanjutan. Konsistensi dalam proses produksi, pengemasan, pelabelan, penjualan, dan promosi sangat penting untuk keberlanjutan bisnis. Pemasaran digital menawarkan pemasaran yang efisien, jangkauan pasar yang lebih luas dan terarah, peningkatan penjualan, komunikasi yang lebih baik antara penjual dan pelanggan, serta analisis yang akurat dan cepat [3]. Penggunaan aplikasi online yang semakin meningkat seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood, Paxel, dan platform media sosial seperti Instagram diperkirakan akan meningkatkan penjualan produk kuliner UMKM, menekankan efektivitas alat digital dalam memperluas jangkauan pasar [4].

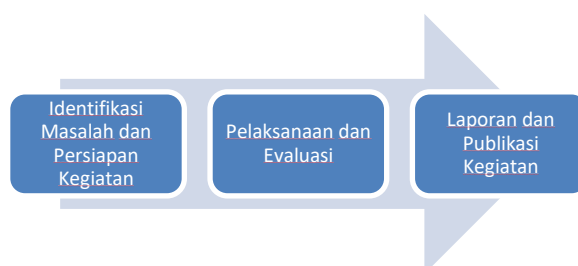
Pemasaran digital yang efektif di platform seperti Instagram memerlukan desain yang menarik. Penyebaran informasi yang efisien bergantung pada media yang mendukung penyampaian informasi, dengan media desain menjadi komponen utama [5]. Canva membantu UMKM dalam membuat desain yang sederhana dan mudah dipelajari. Canva memungkinkan pemula untuk mendesain, membuat, dan mengedit berbagai jenis media, termasuk kartu ucapan, poster, brosur, infografis, dan presentasi. Kegiatan pelatihan menggunakan Canva telah menunjukkan peningkatan kualitas tampilan produk, pemasaran, kualitas manajemen, aset, dan omzet [6]. Dengan memaksimalkan daya tarik visual alat pemasaran digital, pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar mereka [7]. Menyematkan Canva ke dalam strategi pemasaran memberikan UMKM kemampuan untuk menghasilkan konten digital yang menarik yang dapat meningkatkan keterlibatan konsumen dan penjualan [8].

Tinjauan sistematis tentang kemajuan teknologi dan peluang dalam *neuromarketing* menjadi potensi alat inovatif dalam mengubah strategi pemasaran, sehingga memberikan UMKM keunggulan kompetitif di pasar digital [9]. Oleh karena itu, memanfaatkan pemasaran digital dan alat seperti Canva sangat penting bagi UMKM untuk tetap kompetitif dan berkembang di pasar yang didorong oleh teknologi saat ini. Dengan mengintegrasikan kemajuan teknologi ini, maka bertujuan untuk memberikan solusi praktis terhadap tantangan ekonomi yang dihadapi oleh Desa Kiarajungkung, sehingga meningkatkan kreatifitas pemasaran digital pelaku UMKM dengan bantuan aplikasi canva untuk meningkatkan penjualan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, pemasaran digital menjadi salah satu solusi potensial untuk meningkatkan *visibilitas* dan penjualan produk UMKM. Pemasaran digital yang efektif memerlukan desain konten yang menarik dan profesional. Namun, kurangnya pelatihan dan pemahaman dalam penggunaan aplikasi desain grafis seperti Canva menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi ini secara maksimal. Selain itu, masih banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya desain grafis sebagai *interface* dalam mendukung pemasaran produk mereka di era digital. Pelatihan penggunaan Canva diharapkan dapat memberikan solusi praktis bagi UMKM di Desa Kiarajungkung untuk meningkatkan kreativitas dan efektivitas pemasaran digital mereka, sehingga dapat bersaing di pasar yang lebih luas dan meningkatkan kesejahteraan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat diikuti oleh pelaku UMKM dibawah binaan Desa Kiarajungkung, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Tasikamalaya. Peserta pelatihan berdasarkan data dari Desa Kiarajungkung terdiri dari 15 UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman, kerajinan dan jasa. Pelatihan dilaksanakan oleh tenaga pengajar yang merupakan dosen Universitas Mayasari Bakti. Berikut tahapan pelaksanaan kegiatan mengikuti alur Gambar 1.



Gambar 1 Alur Tahapan PKM

Gambar 1 diatas menunjukkan rangkaian tahapan dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dibagi menjadi 3 tahapan yaitu:

a) Identifikasi masalah dan persiapan pelatihan

Pada tahap ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan pelatihan yang dibutuhkan oleh mitra. Setelah melaksanakan diskusi, lalu ditetapkan pelatihan yang dibutuhkan bersama mitra. Kemudian melakukan persiapan untuk kegiatan pengabdian dengan menyiapkan proposal, MoU implementasi kegiatan dan materi yang akan disampaikan pada saat kegiatan pelatihan serta menyiapkan form kuesioner yang digunakan untuk mengetahui respon tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan pengabdian.

b) Pelaksanaan dan evaluasi pelatihan

Tahap pelaksanaan pelatihan diberikan oleh pemateri berupa video pengantar materi dan presentasi materi serta sesi praktik yang akan dilaksanakan oleh peserta pelatihan. Evaluasi pelatihan akan dilaksanakan melalui pembagian form kuesioner yang diisi oleh peserta pelatihan untuk mengetahui respon kepuasan dari peserta terkait dengan pelaksanaan pelatihan dan materi yang diberikan. Selain itu, pembimbingan untuk peserta mengenai canva apabila belum memahami dan menjadi sebuah output, akan dibimbing secara daring.

c) Laporan akhir pelatihan

Setelah tahap pelaksanaan dan evaluasi telah dilaksanakan selanjutnya adalah dengan melakukan tahap pembuatan laporan akhir yang akan diserahkan ke LPPM Universitas Mayasari Bakti. Selain itu, pembuatan publikasi dalam bentuk artikel yang akan di publikasi melalui jurnal pengabdian masyarakat sebagai salah satu output kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM binaan Pemerintah Desa Kiarajungkung merupakan peserta pelatihan yang berjumlah 15 orang. Pelaksanaan kegiatan PKM merujuk pada Gambar 1 mengenai alur tahapan pelaksanaan kegiatan UMKM yang terdiri dari 3 tahapan sebagai berikut:

a) Identifikasi masalah dan persiapan pelatihan

Identifikasi masalah pelatihan dilaksanakan dengan berdiskusi dengan Pemerintah Desa Kiarajungkung yang telah memahami peserta UMKM yang akan mengikuti pelatihan. Gambar 2 menunjukkan kegiatan diskusi yang telah dilaksanakan dengan hasil dari diskusi antara pemateri dan Pemerintah Desa Kiarajungkung diputuskanlah materi tentang pemasaran digital yang menitikberatkan kepada desain grafis untuk meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk – produk UMKM di Desa Kiarajungkung. Selain itu, pemilihan materi ini didasarkan kepada pentingnya mengintegrasikan teknologi modern ke dalam bisnis tradisional untuk

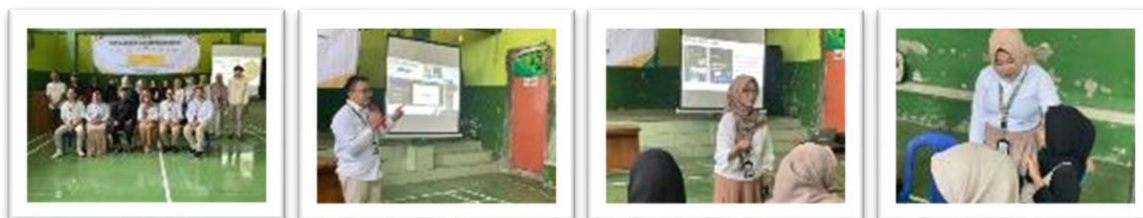
mengatasi tantangan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui peningkatan kreativitas pemasaran digital. Kegiatan pengabdian dipersiapkan secara sistematis mulai dari pembuatan proposal, MoU implementasi kegiatan dan materi mengenai penggunaan canva untuk design konten marketing yang akan disampaikan pada saat kegiatan pelatihan.



Gambar 2 Persiapan Kegiatan PKM

b) Pelaksanaan dan evaluasi pelatihan

Kegiatan pembukaan pelatihan dipandu oleh MC dari pihak Pemdes Kiarajungkung dengan melaksanakan doa secara bersama – sama untuk meminta kelancaran acara pelatihan. Selain itu, pembukaan pelatihan juga ditandai dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya oleh seluruh peserta dan panitia. Pembukaan acara kegiatan pelatihan diakhiri dengan sambutan – sambutan dan foto bersama oleh seluruh peserta, panitia dan Pemdes Kiarajungkung. Penyampaian materi diawali dengan pemutara video mengenai tata cara pembuatan design menggunakan canva dan menjelaskan beberapa menu yang digunakan dalam pembuatan design menggunakan canva. Pemutaran video ini dimaksudkan untuk lebih menggambarkan penggunaan canva serta untuk menarik perhatian peserta terhadap pelatihan, sehingga materi pelatihan dapat membantu dalam membuat desain grafis yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari (Tiawan et al., 2020).



Gambar 3 Peyampaian materi

Penyampaian materi kepada peserta pada Gambar 3 untuk menguatkan atau memperdalam dari penyampaian melalui video sebelumnya. Materi yang disampaikan terdiri dari pengenalan canva secara mendalam, fungsi – fungsi dari icon – icon yang terdapat pada canva serta tatacara pembuatan poster secara spesifik untuk kegiatan bisnis atau UMKM. Poster yang dimaksud adalah ukuran atau dimensi untuk membuat konten secara digital. Peserta pelatihan melaksanakan praktik langsung setelah mendapatkan pemaparan materi baik melalui video maupun presentasi dari pemateri. Sesi ini, seluruh pemateri mengarahkan peserta untuk menginstall aplikasi canva di handphone masing – masing peserta. Setelah terinstall setiap peserta menentukan tema/ide pokok untuk membuat poster/konten di media digital. Peserta pelatihan diarahkan memilih satu template yang akan dijadikan dasar dalam pembuatan konten yang dikerjakan oleh masing – masing perserta sebagai bagian dari output pelatihan. Pemateri mendampingi peserta sehingga peserta mampu menyelesaikan desainnya selama pelatihan berlangsung. Design pada Gambar 4 merupakan hasil karya peserta yang terdiri dari berbagai macam usaha yaitu produk kecantikan, makanan, minuman, jasa iklan, printing dan produk mukena. Hal ini menandakan bahwa produk /jasa apabila di kemas dengan baik melalui design

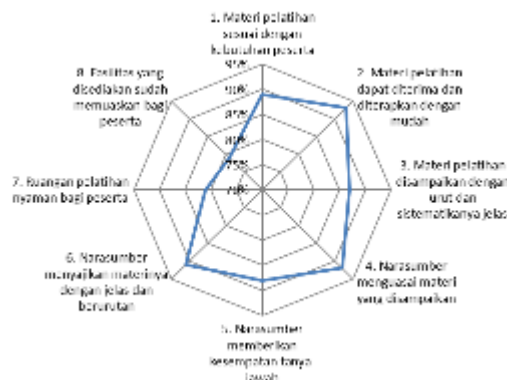
aplikasi canva dapat meningkatkan nilai yang lebih secara visual bagi konsumen sehingga tertarik untuk membeli produk tersebut.



Gambar 4 Design Produk/Jasa Peserta Pelatihan

Kegiatan pelatihan canva juga memiliki sesi tanya jawab yang dilaksanakan diakhir acara pelatihan yang merupakan salah satu bentuk evaluasi terhadap kemampuan peserta dalam menyerap materi ketika pelatihan. Sesi ini memungkinkan peserta untuk mengajukan pertanyaan yang dirasa belum dipahami dari sesi penyampaian materi maupun sesi praktik, sehingga peserta dapat memahami dan mengimplementasikan desain grafis menggunakan canva untuk meningkatkan kreatifitas pemasaran digital. Evaluasi kegiatan pelatihan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner merupakan alat untuk evaluasi dari kegiatan yang telah dilaksanakan, sehingga pemateri ataupun panitia bisa melaksanakan perbaikan untuk kegiatan yang serupa dikemudian hari. Seluruh peserta mengisi kuisisioner diakhir kegiatan, sebelum acara ditutup oleh MC.

Evaluasi kegiatan ditunjukkan pada Gambar 5 yang merupakan hasil rekap kuisisioner pelatihan yang telah dilaksanakan. Instrumen penilaian pada Gambar 5 merupakan bentuk dari evaluasi pelatihan yang merujuk kepada beberapa pertanyaan dan indikator penilaian dibawah ini sebagai dasar dalam penentuan penilaian. Adapun untuk pertanyaan kuisisioner terdiri dari 8 pernyataan yaitu (1) Materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan peserta, (2) Materi pelatihan dapat diterima dan diterapkan dengan mudah, (3) Materi pelatihan disampaikan dengan urut dan sistematisanya jelas, (4) Narasumber menguasai materi yang disampaikan, (5) Narasumber memberikan kesempatan tanya-jawab, (6) Narasumber menyajikan materinya dengan jelas dan berurutan, (7) Ruangan pelatihan nyaman bagi peserta, dan (8) Fasilitas yang disediakan sudah memuaskan bagi peserta. Sedangkan evaluasi pelatihan menggunakan skala likert dari 1-5 untuk pengukuran setiap pertanyaan dengan interpretasi skor berdasarkan interval adalah sebagai berikut: 0% – 19,99% : Sangat Tidak Baik, 20% – 39,99% : Tidak Baik, 40% – 59,99% : Cukup Baik, 60% – 79,99% : Baik, 80% – 100% : Sangat Baik



Gambar 5 Evaluasi Pelatihan

Evaluasi ini bertujuan untuk menilai keberhasilan pelaksanaan pelatihan, mengidentifikasi aspek yang perlu ditingkatkan, serta memberikan rekomendasi untuk memperbaiki pelaksanaan pelatihan di masa mendatang. Hasil evaluasi pada Gambar 5 menunjukkan bahwa persentase tertinggi yaitu 93%, terdapat pada pernyataan kedua, "materi pelatihan dapat diterima dan

diterapkan dengan mudah." Sebaliknya, nilai terendah sebesar 79% dicapai pada pernyataan mengenai fasilitas yang disediakan. Salah satu kendala utama yang dihadapi selama pelatihan adalah keterbatasan jaringan internet yang berdampak pada kegiatan pelatihan. Hal ini disebabkan karena lokasi pelatihan yang berada di topografi pegunungan, sehingga akses internet tidak stabil. Secara keseluruhan, evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan memiliki banyak aspek yang berjalan dengan baik, terutama dalam relevansi materi dan kompetensi narasumber. Namun, aspek terkait fasilitas dan kesempatan interaksi masih bisa ditingkatkan untuk mencapai hasil yang lebih optimal.

c) *Laporan akhir pelatihan*

laporan akhir yang akan diserahkan kepada LPPM Universitas Mayasari Bakti. Selain itu, dilaksanakan juga mengolah data kuesioner yang telah di isi oleh peserta pelatihan untuk dicantumkan pada publikasi di jurnal pengabdian masyarakat dan yang terakhir yaitu pembuatan publikasi dalam bentuk artikel yang akan di publish melalui jurnal pengabdian masyarakat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan dasar design bagi UMKM untuk meningkatkan kreatifitas pemasaran digital menggunakan canva mampu mengembangkan ketrampilan peserta pelatihan. Kegiatan pengabdian ini telah memiliki output berupa meningkatnya keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi canva dan peserta pelatihan mampu mengimplementasikan pembuatan konten untuk marketing digital dalam bentuk poster untuk promosi produk atau jasa di media digital. Hasil dari evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa persentase perhitungan nilai tertinggi berada pada 93% pada pernyataan 2 yaitu materi pelatihan dapat diterima dan diterapkan dengan mudah. Nilai terendah berada pada 79% pada pernyataan fasilitas yang disediakan. Adapun saran bagi kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya adalah memperluas pembuatan konten design bagi peserta tidak hanya dalam bentuk poster serta meningkatkan kenyamanan peserta untuk fasilitas internet selama pelatihan. Hal ini dapat meningkatkan kompetensi peserta pelatihan lebih optimal dan mendukung kelancaran kegiatan pelatihan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis artikel PKM mengucapkan terima kasih banyak atas terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat yang telah didukung oleh Universitas Mayasari Bakti

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Yulianti, T., 2020, Pelatihan Komputer Grafis Sebagai Upaya Peningkatan Softskill Bidang Desain Dan Editing Pada Stt Dumai, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol 26(2), hal 77.
- [2] Andika, A., Jennifer, J., Huang, J., & Sebastian, J., 2021, Analysis of digital marketing adoption in Indonesian micro, small, and medium enterprises, *Jurnal Manajemen Bisnis*, vol 18(3), hal 308-328.
- [3] Redjeki, F. and Affandi, A., 2021, Utilization of digital marketing for msme players as value creation for customers during the covid-19 pandemic, *International Journal of Science and Society*, vol 3(1), hal 40-55.
- [4] Mavilinda, H., Nofiawaty, N., Nazaruddin, A., & Siregar, L., 2022, Training on making digital brochures as an online promotion strategy for msme products, *Abdimas Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, vol 7(4), hal 873-884.
- [5] Widayanti, L., Kala'lembang, A., Adharyanty Rahayu, W., Yulia Riska, S., & Arya Sapetra, Y., 2021, Edukasi Pembuatan Desain Grafis Menarik Menggunakan Aplikasi Canva, *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol 2(2), hal 91-102.

- [6] Putri, D. A., Solecha, K., Nurwahyuni, S., & Suparni, S., 2021, Workshop Penerapan Teknologi Informasi Aplikasi Canva Dalam Meningkatkan Kualitas Sdm Remaja Karang Taruna, *Jurnal Warta Desa (JWD)*, vol 3(3), hal 194–199.
- [7] Sholeh, M., Rachmawati, R., & Susanti, E., 2020, Penggunaan aplikasi canva untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya mempromosikan hasil produk ukm, *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, vol 4(1), hal 430.
- [7] Sunarto, S. and Setiadi, P., 2023, Utilizing canva application training to improve skills and product sales in micro small medium enterprises (msmes) east java, *Ilomata International Journal of Management*, vol 4(1), hal 37-46.
- [8] Hinchcliff, M. and Mehmet, M., 2023, Embedding canva into the marketing classroom: a dialogic and social learning approach to classroom innovation. *Higher Education Skills and Work-Based Learning*, 13(6), 1174-1186.
- [9] Rawnaque, F., Rahman, K., Anwar, S., Vaidyanathan, R., Chau, T., Sarker, F., & Mamun, K. (2020). *Technological advancements and opportunities in neuromarketing: a systematic review*. *Brain Informatics*, vol 7(1).
- [10] Tiawan, Musawarman, Sakinah, L., Rahmawati, N., & Salman, H., 2020, Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Tingkat Smk Di Smkn 1 Gunung Putri Bogor. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol 1(4), hal 476–480.