

Pelatihan *Canva* untuk Optimalisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM

Canva Training for Digital Marketing Optimization for MSMEs

Muhammad Ikhsan Fifaldyovan*¹, Shinta Mardiana Dewi², Ririn Dwi Astuti Kartikasari³

¹⁻³ Akademi Pelayaran Nasional Surakarta, Indonesia

Alamat : Jl. Adi Sumarmo No.4, Kabupaten Sukoharjo, Indonesia

Korespondensi penulis : m.ikhsan@apn-surakarta.ac.id*

Article History:

Received: November 23, 2024;

Revised: Desember 09, 2024;

Accepted: Desember 29, 2024;

Published: Desember 31, 2024;

Keywords: Training, Canva Application, Promotional Media, Marketing, MSMEs

Abstract: *Mastery of technology positively impacts the competitiveness of MSMEs, but there are still MSMEs who do not master technology. This community service activity aims to provide Canva training to optimize digital marketing for MSMEs. 25 MSMEs attended the training. The training consisted of four sessions @ 45 minutes. The training method was in the form of lectures, questions and answers and practice. Participants were measured for their knowledge and skills regarding promotion, marketing communications, and the Canva application before and after training. The level of knowledge and skills was then analyzed using Mann-Whitney U. The study results showed that Canva training for MSMEs succeeded in increasing the knowledge and skills of participants using the application to design attractive promotional media. MSMEs need to apply the ability to use Canva to optimize digital marketing so that their products have competitive competitiveness.*

Abstrak

Pengusaan teknologi memberikan dampak positif terhadap daya saing UMKM, namun masih terdapat pelaku UMKM yang kurang menguasai teknologi. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pelatihan Canva untuk optimalisasi digital marketing bagi pelaku UMKM. Pelatihan diikuti oleh 25 orang pelaku UMKM. Pelatihan terdiri dari empat sesi @ 45 menit. Metode pelatihan berupa ceramah, tanya jawab dan praktik. Peserta diukur pengetahuan dan keterampilannya mengenai promosi, komunikasi pemasaran, dan aplikasi Canva, sebelum dan sesudah pelatihan. Tingkat pengetahuan dan keterampilan ini kemudian dianalisis menggunakan *Chi-Square Test*. Hasil penelitian adalah pelatihan *Canva* kepada pelaku UMKM berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para peserta dalam menggunakan aplikasi tersebut untuk mendesain media promosi secara menarik. Pelaku UMKM perlu menerapkan kemampuan dalam menggunakan Canva untuk mengoptimalkan pemasaran digital sehingga produknya memiliki daya saing yang kompetitif.

Kata Kunci: Pelatihan, Aplikasi Canva, Media Promosi, Pemasaran, UMKM

1. PENDAHULUAN

Pengusaan teknologi di era saat ini penting karena mendorong bisnis untuk dapat bersaing. Permasalahannya, hingga saat ini masih banyak pelaku UMKM yang belum menguasai berbagai teknologi (Wardhani et al., 2023), seperti aplikasi grafis yang dapat mendukung bisnis terutama pemasaran media sosial. Pemasaran media sosial adalah strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial sebagai platform untuk mempromosikan produk atau layanan, berinteraksi dengan konsumen dan berbagi informasi. Dampak pemasaran media sosial antara lain meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan reputasi, meningkatkan

hubungan, mengembangkan merek dan meningkatkan niat membeli ulang (Moriansyah, 2015).

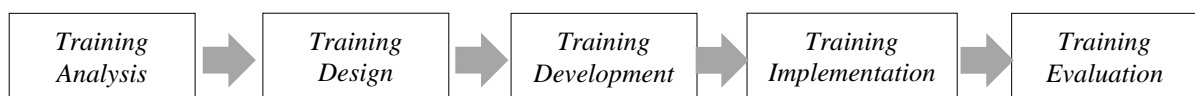
Salah satu aplikasi grafis yang dapat dimanfaatkan sebagai media dalam merancang pemasaran media sosial adalah *Canva*. *Canva* memiliki berbagai macam templat atau *tools design* untuk membuat poster, pamflet, presentasi, media sosial, kartu nama, dan konten *Instagram*. *Canva* juga memiliki fitur-fitur untuk mengedit video, seperti video *mirror*, video *enhancer*, putar video, filter video, transisi video, dan mengubah video ke GIF (*Canva*, 2024).

Beberapa penelitian membuktikan manfaat pelatihan aplikasi *Canva*. Pelatihan aplikasi *Canva* berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kreativitas, dan motivasi peserta dalam menggunakan design untuk memperkuat *branding* dan penjualan produk mereka. Pelatihan juga meningkatkan perkembangan UMKM dan kesejahteraan masyarakat (Endra, dkk., 2024). Pelatihan *Canva* meningkatkan kreativitas pelaku UMKM dalam membuat desain logo, kemasan, sampul media promosi yang menarik dan desain ciri khas produk yang menarik (Zettira, dkk., 2022). Pelatihan *Canva* meningkatkan kreativitas pelaku UMKM dalam mempromosikan produknya dengan mampu mendesain promosi produk secara menarik dan menguasai aplikasi *Canva* dengan baik (Solihah & Zakiah, 2022).

Hasil pengamatan terhadap beberapa pelaku UMKM menunjukkan belum memiliki keterampilan dalam mendesain promosi produk yang memenuhi teori komunikasi. Beberapa pelaku UMKM masih menerapkan sistem pemasaran tradisional yang menyebabkan jangkauan pemasarannya relatif terbatas bila dibandingkan pemasaran media sosial. Oleh karena itu, tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pelatihan *Canva* untuk optimalisasi *digital marketing* bagi pelaku UMKM. Manfaat pelatihan adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM menggunakan aplikasi *Canva* untuk mendukung kegiatan promosi produk.

2. METODE

Pelatihan aplikasi *Canva* dilaksanakan 6 November 2024 yang bertempat di CoCoruyuk Cabang Durian Semarang. Tahapan dalam kegiatan ini ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelatihan *Canva*

1. *Training Analysis*, meliputi asesmen kebutuhan pelatihan dan analisis topik. Hasil asesmen kebutuhan adalah pelaku UMKM di wilayah PKK Sronol Asri membutuhkan peningkatan keterampilan dalam mendesain media promosi pemasaran media sosial, sehingga topik pelatihan yang dipilih adalah pelatihan *Canva*.

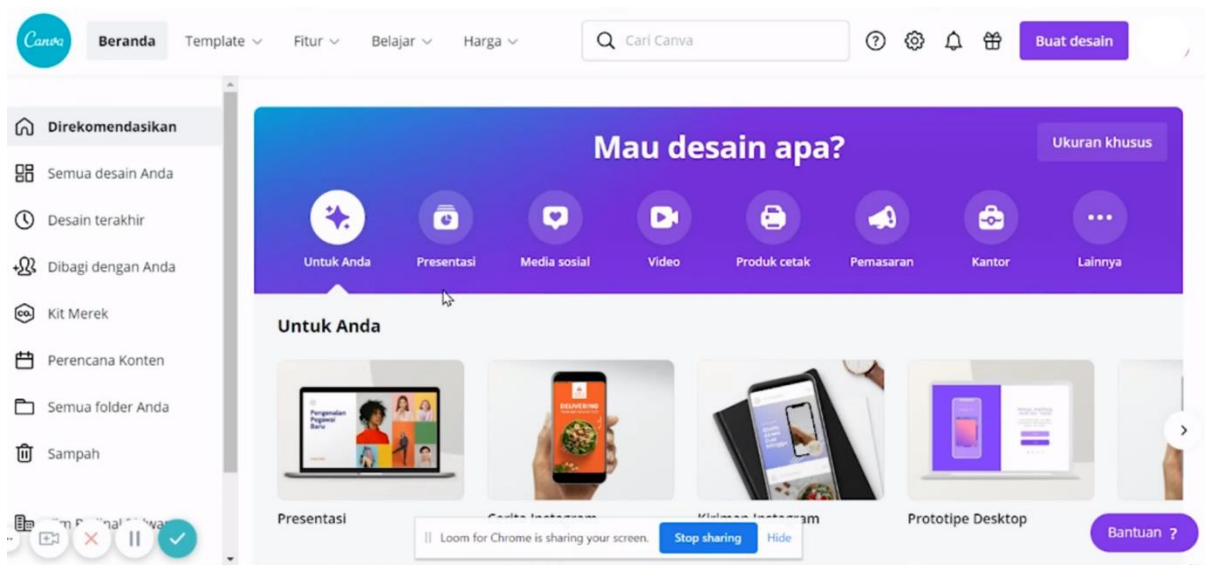
2. *Training Design*, meliputi penentuan isi dari tujuan pelatihan, mempersiapkan trainer dan merancang konsep pelatihan. Tujuan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan *Canva* sebagai media untuk merancang promosi media sosial. Penggunaan *Canva* diharapkan akan meningkatkan tampilan estetik dari *packaging* produk dan media promosi sehingga penjualan meningkat. Pelatihan ini terdiri dari empat sesi dengan materi sebagai berikut:
 - a. Pengetahuan mengenai promosi pemasaran dan komunikasi pemasaran.
 - b. Pengenalan tentang desain grafis dan *Canva*, termasuk cara membuat akun, memilih *template*, mengedit elemen, menyimpan dan mengunduh hasil desain.
 - c. Praktik membuat desain media promosi untuk produk UMKM masing-masing, dengan bimbingan dari tim pengabdian. Peserta dapat memilih jenis desain yang sesuai dengan media promosi yang mereka gunakan, seperti poster, *flyer*, kartu nama, logo, dan video.
 - d. Presentasi dan evaluasi hasil desain dari peserta. Tim pengabdian memberikan *feedback* untuk meningkatkan kualitas desain. Peserta juga dapat saling memberikan *feedback* dan inspirasi kepada sesama peserta.
3. *Training Development*, meliputi penentuan media dan pengembangan materi pelatihan, mengumpulkan informasi dan mengembangkan instrumen pelatihan.
4. *Training Implementation* atau pelaksanaan penelitian yang terdiri dari empat sesi dengan durasi 180 menit. Sebelum dan sesudah pelatihan dilakukan pengukuran mengenai tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai promosi pemasaran, komunikasi pemasaran, dan aplikasi *Canva*. Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner.
5. *Training Evaluation*, meliputi kegiatan untuk mengevaluasi pembelajaran yang telah diikuti oleh peserta, evaluasi kinerja trainer, evaluasi materi pelatihan dan evaluasi secara formatif.

Setelah tahapan kegiatan pelatihan selesai maka dilakukan penyusunan laporan, yang kemudian dilaporkan kegiatan kepada pihak-pihak yang berwenang. Laporan kegiatan pengabdian ini juga dipublikasikan ke jurnal pengabdian masyarakat dalam rangka diseminasi atau penyebaran informasi, gagasan atau ide kepada khalayak luas, supaya penerima informasi dapat memperoleh manfaat.

3. HASIL

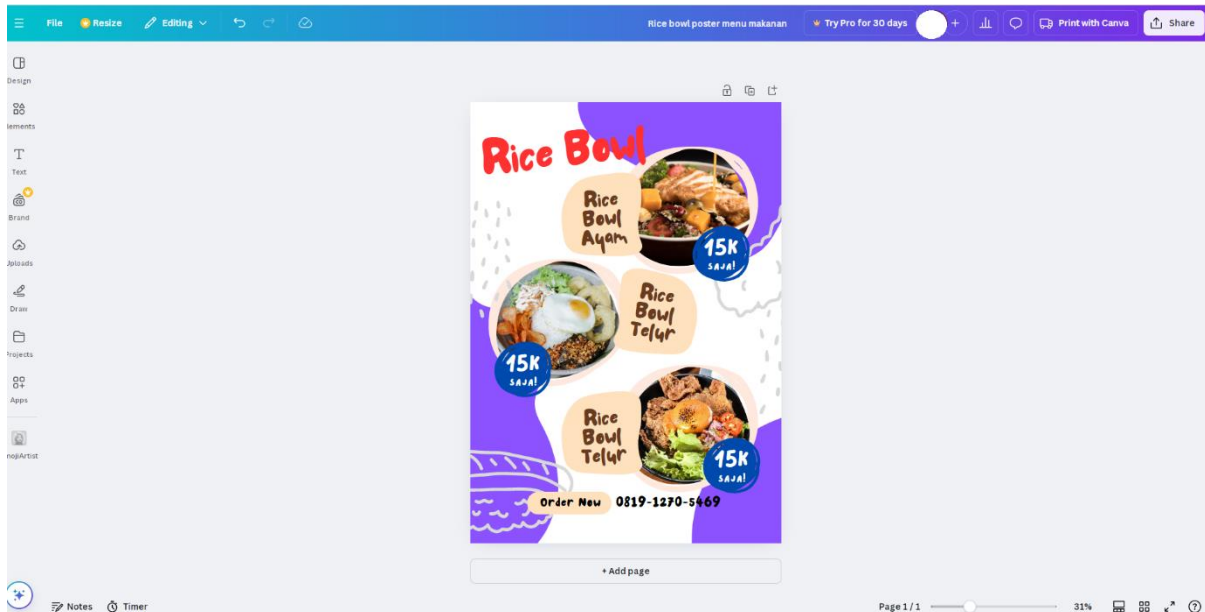
Pelatihan Canva untuk mengoptimalkan digital marketing bagi pelaku UMKM diawali dengan pengenalan dan tujuan pelatihan, yang kemudian dilanjutkan dengan pengisian kuesioner *pretest*. Selanjutnya, masuk ke sesi pertama mengenai promosi pemasaran dan komunikasi pemasaran. Pada materi ini dijelaskan mengenai pentingnya promosi pemasaran dan komunikasi pemasaran yang efektif, terutama dalam *packaging* / label produk atau promosi di status *WhatsApp* (WA). Selesai penyampaian materi dilakukan sesi tanya jawab atau sharing mengenai kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh peserta. Mayoritas jawaban peserta menunjukkan bahwa sebagian peserta masih menggunakan kalimat di status WA sebagai alat promosi produk.

Sesi kedua mengenai pengenalan tentang desain grafis dan *Canva*, termasuk cara membuat akun, memilih *template*, mengedit elemen, menyimpan dan mengunduh hasil desain. Sebagian peserta mengetahui mengenai *Canva*, namun mayoritas belum memiliki akun *Canva* atau menggunakannya. Peserta dibimbing untuk membuat akun *Canva*.



Gambar 2. Contoh Materi Pelatihan *Canva*

Sesi ketiga, peserta praktik membuat desain media promosi untuk produknya dengan menggunakan *smartphone* mereka. Mayoritas peserta membuat desain berupa *flyer* dan antusias. Beberapa peserta terlihat kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi karena faktor kondisi mata dan usia.



Gambar 3. Contoh Hasil Desain Peserta

Sesi keempat berupa evaluasi hasil desain dari peserta. Para peserta antusias memberikan *feedback* kepada hasil karya sesama peserta. Pada sesi ini juga dilakukan evaluasi kegiatan secara keseluruhan, yaitu kepuasan peserta terhadap materi pelatihan, kemampuan trainer, fasilitas penyelenggaraan, jadwal pelaksanaan, dan manfaat pelatihan bagi peserta. Nilai dari masing-masing indikator yang dievaluasi adalah Sangat Memuaskan.



Gambar 4. Foto Peserta Pelatihan Aplikasi *Canva*

Sebelum kegiatan pelatihan ditutup, peserta melakukan pengisian kuesioner *posttest*. Selanjutnya hasil pretest dan *posttest* ini dianalisis menggunakan *Chi-Square Test* dan

memberikan hasil skor Chi-Square = 2,375 dan $p = 0,018$ ($p < 0,05$), yang berarti ada perbedaan pengetahuan dan keterampilan pada peserta antara sebelum dengan sesudah pelatihan *Canva*. Skor rata-rata *posttest* lebih tinggi dibandingkan dengan skor rata-rata *pretest*. Data ini memperlihatkan bahwa pelatihan *Canva* kepada pelaku UMKM berhasil meningkatkan pengetahuan para peserta dalam menggunakan aplikasi tersebut untuk mendesain media promosi.

4. DISKUSI

Pelatihan *Canva* untuk pelaku UMKM sebagai alat mendesain media promosi produk merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat yang relevan dengan kebutuhan dan perkembangan jaman. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan kualitas produk melalui tampilan desain packaging dan media promosi mereka dengan menarik.

Tim pengabdian juga mendapatkan manfaat berupa pengembangan kompetensi dan keterampilan dalam bidang desain media promosi dan pengajaran. Tim pengabdian belajar dari pengalaman dan masukan dari para peserta, serta dapat berbagi ilmu dan pengetahuan dengan masyarakat.

Pelatihan ini juga memiliki beberapa kendala dan tantangan, seperti: (1) keterbatasan fasilitas dan sumber daya, seperti laptop, internet, dan listrik, (2) keterbatasan waktu pelatihan yang hanya satu hari, sehingga tidak semua materi dapat disampaikan secara mendalam, (3) keterbatasan kemampuan dan minat para peserta yang bervariasi, sehingga tim pengabdian harus menyesuaikan metode dan materi pelatihan dengan kebutuhan dan karakteristik masing-masing peserta

5. KESIMPULAN

Pelatihan *Canva* kepada pelaku UMKM berhasil meningkatkan pengetahuan para peserta dalam menggunakan aplikasi tersebut untuk mendesain media promosi, yang ditunjukkan dengan skor *posttest* pengetahuan dan keterampilan yang lebih tinggi dibandingkan skor *pretest*. Peningkatan keterampilan dalam menggunakan aplikasi *Canva* ditunjukkan dengan kemampuan yang lebih baik dalam memilih kesesuaian *template* dengan produk, kemampuan mengedit dan memilih elemen-elemen desain yang sesuai, kemampuan menyimpan dan membagikan hasil desain, serta mengevaluasi hasil desainnya secara kritis.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim Pengabdian Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Direktur Akademi Pelayaran Nasional (APN) Surakarta, Kaprodi Manajemen Logistik APN Surakarta, mahasiswa Manajemen Logistik APN Surakarta yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian, dan ibu-ibu pelaku UMKM di wilayah PKK Sronol Asri yang telah berpartisipasi dalam pelatihan ini.

DAFTAR REFERENSI

- Endra, R.B., Redaputri, A.P., Dunan, H., Aprinisa, Syahputra, M.B., & Handayani, A. (2024). Pelatihan Design dengan Canva untuk UMKM Sebagai Sarana Promosi Produk di Desa Ganjar Asri Metro. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(1), Januari:32-38. <https://jpu.ubl.ac.id/index.php/jpu/article/download/54/55>
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3):187-196. <https://media.neliti.com/media/publications/124068-ID-none.pdf>
- Solihah, S. & Zakiah, N.E. (2022). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva untuk Mengembangkan Kreativitas dalam Pemasaran Produk UMKM Makanan Khas Daerah Ciamis. *Abdimas Galuh*, 4(2), September:1041-1050. <https://jurnal.unigal.ac.id/abdimasgaluh/article/view/8099>
- Wardani, N.A.P. & Effendy, L. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM di Kota Mataram dalam Menggunakan Software Akuntansi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 3(4):17-39.
- Zettira, S.B.Z., Febrianti, N.A., Anggraini, Z.A., Prasetyo, M.A., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 99-105. <https://jurnal.stkipkusumanegara.ac.id/index.php/japd/article/download/1524/1033/6237>