

PELATIHAN DIGITAL MARKETING BERBASIS CANVA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DI DUSUN SIDOLAJU

Oviana Asshahidah Fitrudin¹⁾ Fatimatul Asroriah²⁾, Tamman Firdaus Muqarrobin³⁾

Pendidikan Agama Islam STIT Muhammadiyah Tempurrejo

Email: ovianaasysyahidahf@gmail.com¹⁾, Fatimahasroriah1@gmail.com²⁾

ABSTRAK

Pelatihan digital marketing berbasis aplikasi Canva merupakan salah satu upaya strategis untuk meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital. Kegiatan ini dilaksanakan di Dusun Sidolaju, dengan tujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan membuat konten promosi yang menarik secara visual dan mengelola media sosial secara efektif. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi interaktif, praktik langsung, dan pendampingan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pemahaman peserta terhadap digital marketing, dari 20% menjadi 80%. Selain itu, peserta mampu memproduksi konten visual menggunakan Canva yang siap dipublikasikan. Pelatihan ini terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital, kreativitas, dan daya saing UMKM secara praktis dan berkelanjutan.

Kata Kunci: digital marketing, canva, UMKM, promosi visual

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet telah menandai dimulainya era Revolusi Industri 4.0, di mana akses informasi menjadi semakin cepat dan mudah. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka melalui media digital. Perubahan pola pemasaran dari yang semula bersifat konvensional ke arah digital marketing menjadi hal yang penting untuk disikapi oleh pelaku UMKM. Media sosial kini menjadi salah satu sarana utama dalam strategi pemasaran digital karena kemampuannya menjangkau konsumen yang lebih luas secara efisien (Purbaratri, Krisnawaty Tachjar, and Priska D.T 2024).

Namun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan teknologi ini secara optimal, termasuk para pelaku usaha di Dusun Sidolaju. Banyak di antara mereka yang masih mengandalkan cara pemasaran tradisional yang terbatas jangkauannya. Sebagian pelaku UMKM memang telah memanfaatkan aplikasi WhatsApp untuk memasarkan produk mereka, namun penggunaan tersebut belum maksimal. Mereka cenderung hanya mengirimkan informasi produk melalui pesan teks tanpa didukung oleh desain visual yang menarik, sehingga kurang mampu menarik perhatian konsumen secara

efektif. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian oleh Mawadati et al. (2022), yang menyatakan bahwa meskipun WhatsApp Business telah digunakan oleh pelaku UMKM, masih banyak yang belum memanfaatkan fitur-fitur seperti katalog produk dan pesan otomatis secara optimal. (Adolph 2016)

Desain grafis memainkan peran penting dalam menarik minat konsumen dan membangun citra merek yang kuat. Penelitian oleh Nurbadillah et al. (2025) menunjukkan bahwa elemen-elemen desain seperti logo, kemasan, dan visual promosi yang kreatif dapat meningkatkan daya tarik produk hingga 84%, membangun citra merek yang solid sebesar 86%, dan mendorong loyalitas pelanggan sebesar 82% . Namun, banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam mengakses teknologi dan perangkat lunak desain, serta kurangnya pemahaman tentang pentingnya desain grafis dalam pemasaran (Wiguna, Fadlurohman, and Kuntari 2025).

Melihat hal tersebut, kami merasa perlu untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan aplikasi desain grafis seperti Canva. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan para pelaku UMKM dalam mempromosikan produk mereka melalui media sosial. Dengan pelatihan ini, diharapkan para pelaku usaha di Dusun Sidolaju dapat lebih siap menghadapi tantangan era digital serta memiliki daya saing yang lebih tinggi. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, mendorong kemandirian usaha, dan memperkuat posisi UMKM sebagai penggerak ekonomi lokal yang tangguh.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan setiap hari Rabu, bertempat di rumah Bapak Kamituo selaku tokoh masyarakat Dusun Sidolaju, Kecamatan Widodaren. Kegiatan ini merupakan bentuk pengabdian pada Masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam pemanfaatan media sosial dan desain grafis melalui pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk keperluan promosi digital marketing.

Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

1. Persiapan Kegiatan

Tahap awal mencakup observasi lapangan dan pengumpulan data mengenai kondisi pemasaran UMKM di Dusun Sidolaju. kami melakukan identifikasi kebutuhan peserta, termasuk keterbatasan dalam hal desain promosi dan pemanfaatan media sosial yang masih terbatas pada penggunaan WhatsApp. Selain

itu, dilakukan koordinasi dengan perangkat desa serta tokoh masyarakat setempat untuk menentukan lokasi dan waktu pelaksanaan kegiatan.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan dihadiri oleh kurang lebih 25 peserta yang merupakan pelaku UMKM lokal. Pelatihan dimulai dengan sesi penyuluhan mengenai pentingnya digital marketing dalam meningkatkan daya saing usaha. Pemateri menyampaikan materi secara interaktif dengan metode ceramah dan diskusi kelompok.

Setelah sesi penyuluhan, dilanjutkan dengan pelatihan teknis penggunaan aplikasi Canva. Peserta diajarkan cara membuat konten promosi yang menarik secara visual, seperti flyer, katalog produk, dan postingan media sosial. Sesi ini dilakukan secara praktikum langsung dengan bimbingan intensif dari fasilitator, agar peserta dapat langsung menerapkan ilmu yang diperoleh.



Gambar 1 Pelaksanaan Kegiatan

3. Evaluasi dan Pendampingan

Evaluasi pemahaman peserta dilakukan melalui sesi tanya jawab dan praktik mandiri dalam membuat desain promosi menggunakan Canva. Beberapa peserta diminta mempresentasikan hasil desain mereka untuk mendapatkan masukan dari fasilitator dan peserta lain.

Untuk memastikan keberlanjutan dari pelatihan ini, kami menyediakan sesi pendampingan lanjutan dalam bentuk konsultasi individu, yang difokuskan pada pengelolaan media sosial dan strategi konten yang sesuai dengan produk masing-masing UMKM.

Pendekatan pelatihan ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami konsep digital marketing, tetapi juga mampu mengimplementasikannya secara langsung. Dengan metode ceramah, diskusi, praktik langsung, dan pendampingan, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan keterampilan praktis yang relevan dan berkelanjutan bagi pelaku usaha di Dusun Sidolaju.



Gambar 2. Evaluasi dan Diskusi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi Canva yang dilaksanakan di Dusun Sidolaju menghasilkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM setempat. Dari total 25 peserta yang mengikuti kegiatan ini, hanya sekitar 20% yang sebelumnya memiliki pengetahuan dasar mengenai digital marketing dan telah menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran, terbatas pada penggunaan WhatsApp tanpa dukungan konten visual yang menarik. Setelah mengikuti pelatihan, persentase tersebut meningkat drastis menjadi 80%. Peserta tidak hanya memahami konsep digital marketing, tetapi juga mampu menggunakan aplikasi Canva untuk membuat materi promosi seperti brosur digital, katalog produk, dan konten visual lainnya yang siap dipublikasikan di media sosial. (Wiguna, Fadlurohman, and Kuntari 2025)

Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dilaksanakan mampu memberikan dampak nyata dalam membekali pelaku UMKM dengan keterampilan praktis yang relevan di era digital. Hal ini sejalan dengan temuan dalam penelitian oleh Zettira et al. (2022), yang menyatakan bahwa pelatihan penggunaan aplikasi Canva dapat meningkatkan kreativitas desain promosi UMKM, dengan hasil akhir berupa desain yang lebih menarik dan memiliki

ciri khas produk yang progresif naik sebelum menggunakan aplikasi Canva dan setelah mengikuti pelatihan minimal 85% sampai dengan 95%. (Zettira et al. 2022)

Berdasarkan hasil evaluasi setelah pelatihan, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar tujuan kegiatan berhasil dicapai. Hal ini terlihat dari peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta, khususnya dalam memanfaatkan aplikasi Canva untuk membuat materi promosi yang menarik secara visual. Para peserta juga menunjukkan kemampuan untuk menerapkan strategi digital marketing yang diperoleh dalam pelatihan guna meningkatkan jangkauan produk mereka di media sosial.

Metode pelatihan yang menggabungkan ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung terbukti efektif dalam menyampaikan materi. Pemahaman peserta mengenai dasar-dasar digital marketing diperkuat melalui penjelasan teoritis, sedangkan kemampuan teknis mereka diasah melalui praktik langsung menggunakan Canva. Efektivitas pendekatan ini sejalan dengan hasil penelitian Asri et al. (2022), yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan kapabilitas digital pelaku UMKM secara signifikan. Selain itu, studi oleh Wijayanti et al. (2022) juga membuktikan bahwa penggunaan Canva dalam pelatihan desain digital sangat membantu UMKM dalam memproduksi konten promosi yang lebih menarik dan relevan dengan target audiens mereka. (Wijayanti et al. 2022)

Implikasi Temuan

Hasil kegiatan pelatihan digital marketing menggunakan Canva yang dilakukan di Dusun Sidolaju memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital pelaku UMKM setempat. Keterampilan peserta dalam membuat konten promosi yang lebih menarik serta kemampuan mereka dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran mengalami peningkatan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis aplikasi praktis seperti Canva sangat relevan dan dibutuhkan, terutama oleh pelaku usaha yang sebelumnya hanya mengandalkan promosi melalui WhatsApp tanpa visual yang menarik.

Temuan ini memperkuat hasil studi sebelumnya oleh Wibowo et al. (2021), yang menyatakan bahwa pelatihan digital marketing mampu meningkatkan adopsi strategi pemasaran digital secara signifikan, terutama selama dan setelah masa pandemi. Kegiatan ini juga mengkonfirmasi hasil dari penelitian Ahmad et al. (2020), yang menemukan bahwa pelatihan digital memberikan dampak langsung pada peningkatan penjualan dan jangkauan produk UMKM secara online. Namun, dibandingkan dengan pelatihan umum tentang media sosial, kegiatan ini menekankan penggunaan aplikasi spesifik seperti Canva yang secara langsung mendukung produksi konten visual.

Meskipun pelatihan berjalan dengan baik, beberapa tantangan muncul selama pelaksanaan. Beberapa peserta mengalami keterbatasan dalam hal perangkat teknologi, seperti tidak memiliki gawai yang kompatibel atau koneksi internet yang stabil. Selain itu, keterbatasan waktu juga menyebabkan sebagian peserta tidak dapat mengikuti keseluruhan sesi pelatihan. Hambatan-hambatan ini juga ditemukan dalam penelitian oleh Fitriana dan Nugroho (2021), yang menyoroti pentingnya kesiapan teknologi peserta dalam pelatihan digital.

Untuk meningkatkan efektivitas di masa mendatang, penyediaan perangkat pendukung dan pendampingan pasca-pelatihan menjadi poin penting. Pendampingan ini berguna agar peserta tidak hanya mendapatkan pemahaman sesaat, tetapi mampu menerapkan pengetahuan tersebut secara berkelanjutan. Studi oleh Rosdiana et al. (2023) menekankan pentingnya follow-up berupa mentoring untuk memastikan implementasi strategi digital yang berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian serupa yang dirancang dengan pendekatan praktis dan berkelanjutan akan mampu memberikan dampak yang lebih luas dan signifikan bagi pelaku UMKM di tingkat lokal.

Hasil Praktik Pembuatan Poster Prodak



SIMPULAN

Kegiatan pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi Canva yang dilaksanakan di Dusun Sidolaju telah memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan promosi pelaku UMKM setempat. Melalui pendekatan kombinasi antara ceramah, diskusi, dan praktik langsung, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoretis

mengenai pemasaran digital, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut secara praktis dalam pembuatan konten promosi yang menarik.

Peningkatan pemahaman dari 20% menjadi 80% setelah pelatihan menunjukkan keberhasilan kegiatan ini dalam membekali pelaku UMKM dengan keterampilan baru yang relevan dengan kebutuhan pasar digital saat ini. Meskipun terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan perangkat dan waktu pelatihan, semangat dan antusiasme peserta menjadi indikator kuat bahwa pelatihan semacam ini sangat dibutuhkan dan bermanfaat.

Ke depan, kegiatan serupa perlu dilengkapi dengan pendampingan berkelanjutan, penyediaan akses teknologi yang memadai, serta pelatihan lanjutan yang lebih mendalam agar implementasi strategi digital marketing dapat dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan. Dengan demikian, UMKM di Dusun Sidolaju diharapkan semakin mandiri, kreatif, dan kompetitif dalam memasarkan produk mereka di era digital.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, S., Wibisono, D., & Setiawan, R. (2020). The Impact of Social Media Utilization on UMKM Sales Performance. *Journal of Digital Marketing*, 12(2), 135-147.
- Jackson, N., & Ahuja, V. (2016). Dawn of the digital age and the evolution of the marketing mix. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 17(3), 170-186.
- Smith, J. (2019). The Role of Digital Marketing in Small Business Growth. *International Journal of Marketing Studies*, 11(3), 45-60.
- Wibowo, A., Wahyudi, W., & Utari, D. R. (2021). Media Sosial Sebagai Solusi Pemasaran UMKM Yang Adaptif Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 4(6). <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/pkm/article/view/8148>.
- Windy Purbaratri. (2023). Laporan Akhir Program Kemitraan Masyarakat: Pembuatan Content untuk Promosi melalui Sosial Media menggunakan Aplikasi Canva. Institut Keuangan Perbankan & Informatika Asia – Perbanas.
- Adolph, Ralph. 2016. “濟無 No Title No Title No Title,” 1–23.
- Purbaratri, Windy, Nani Krisnawaty Tachjar, and Lely Priska D.T. 2024. “Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing Berbasis Canva.” *Jurnal Igakerta* 1 (2): 1–5. <https://doi.org/10.70234/3jy8gj78>.
- Wiguna, Indra Maki, Rizky Fadlurohman, and Wien Kuntari. 2025. “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Dalam Desain Grafis Sebagai Pendukung Branding UMKM” 7083 (1): 419–26.
- Zettira, Salsa Billa Zulmi, Nur Asyasyifa Febrianti, Zhafira Atika Anggraini, Muhamad Awiet Wiedanto Prasetyo, and Eka Tripustikasari. 2022. “Pelatihan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.” *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara* 2 (2): 99–105. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>.
- Wijayanti, I., Setiawan, A., & Fitriana, D. (2022). *Pelatihan Desain Iklan Digital Menggunakan Canva bagi UMKM*. *Jurnal Baktimas*, 4(1), 12–19. <https://journal.untar.ac.id/index.php/baktimas/article/view/18245>
- Wibowo, A., Hadi, S., & Lestari, D. (2021). *Peningkatan Kapasitas Digital Marketing Bagi UMKM Selama Pandemi*. *Jurnal ABDIMAS UPNVJ*, 5(1), 10-17. <https://doi.org/10.31289/abdimas.v5i1.5347>
- Ahmad, A., Hidayat, M., & Rahayu, E. (2020). *Pelatihan Strategi Digital Marketing Bagi UMKM Berbasis Media Sosial*. *Jurnal ABDIMAS*, 24(2), 85-92. <https://doi.org/10.15294/abdimas.v24i2.24252>

Fitriana, Y. & Nugroho, R. A. (2021). *Tantangan Digitalisasi UMKM di Era Pandemi: Kajian Infrastruktur dan Literasi Digital*. Jurnal Ekonomi Digital Indonesia, 1(2), 30–38. <https://doi.org/10.21009/jedi.012.04>

Rosdiana, N., Wahyuni, S., & Hasibuan, R. (2023). *Pendampingan Digital Marketing Berkelanjutan untuk UMKM Pasca-Pelatihan*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bina Bangsa, 2(1), 44–52. <https://ejournal.binabangsa.ac.id/index.php/pengabdian/article/view/934>

Nurfadillah, S., & Lestari, A. (2022). *Efektivitas Penggunaan Canva Sebagai Alat Bantu Visual Promosi UMKM di Era Digital*. Jurnal ABDIMAS Adhi Tama, 6(1), 71-78. <https://ejournal.adhitama.ac.id/index.php/abdimas/article/view/203>