



PELATIHAN PEMANFAATAN TOOLS DIGITAL CANVA SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PRODUK UMKM

¹Nurul Fadilah Aswar*, ²Hasmyati, ³Nur Indah Atifah Anwar, ⁴Muh. Ilham Aksir, ⁵Hasyim

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

^{2,3,4,5}Fakultas Ilmu keolahragaan dan Kesehatan, Universitas Negeri Makassar

*Corresponding author: nurul.fadilah.aswar@unm.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan era digital telah mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memanfaatkan strategi pemasaran digital secara lebih efektif. Namun, keterbatasan keterampilan dalam menggunakan tools digital, seperti Canva, masih menjadi tantangan utama. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam menggunakan Canva untuk menciptakan konten pemasaran digital yang menarik, profesional, dan efektif. Metode pelaksanaan meliputi diskusi interaktif, studi kasus, praktik langsung pembuatan konten, hingga simulasi perencanaan konten menggunakan fitur Canva Calendar. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan teknis peserta, termasuk kemampuan mendesain poster, banner media sosial, dan kemasan produk secara mandiri. Selain itu, peserta mulai memahami pentingnya konsistensi visual dalam membangun identitas merek dan berhasil mengurangi ketergantungan terhadap jasa desain eksternal. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital, tetapi juga membuka peluang usaha baru serta memperkuat daya saing UMKM di pasar digital. Untuk menjaga keberlanjutan dampak, disarankan adanya pendampingan lanjutan dan pengembangan komunitas belajar digital di tingkat lokal.

Kata Kunci: Canva, Pemasaran Digital, UMKM, Konten Visual, Branding Produk

ABSTRACT

The rapid development of the digital era has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to utilize digital marketing strategies more effectively. However, limited skills in using digital tools, such as Canva, remain a major challenge. This training activity aimed to enhance participants' skills in using Canva to create engaging, professional, and effective digital marketing content. The implementation methods included interactive discussions, case studies, hands-on content creation practices, and content planning simulations using the Canva Calendar feature. The results of the training showed a significant improvement in participants' technical skills, including the ability to independently design posters, social media banners, and product packaging. Moreover, participants began to understand the importance of visual consistency in building brand identity and successfully reduced their dependence on external design services. This training not only improved digital skills but also opened new business opportunities and strengthened MSMEs' competitiveness in the digital market. To sustain the impact, it is recommended to provide continuous mentoring and to develop digital learning communities at the local level.

Keywords: Canva, Digital Marketing, MSMEs, Visual Content, Product Branding

1. PENDAHULUAN

Perkembangan era digital yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pemasaran dan promosi produk (Cholik, 2021). Di tengah arus globalisasi dan maraknya penggunaan media sosial, kemampuan untuk memanfaatkan pemasaran digital menjadi sebuah keharusan bagi pelaku usaha, khususnya bagi penggiat produk kreatif dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Strategi pemasaran digital dapat berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing pelaku UMKM dalam pemasaran produk. Namun demikian, permasalahan yang terjadi saat ini adalah tidak semua pelaku UMKM menggunakan pemasaran digital secara optimal (Mavilinda et al, 2021). Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain keterbatasan pengetahuan, kurangnya keterampilan dalam menggunakan tools digital, serta minimnya pemahaman tentang pentingnya konten visual yang menarik dalam pemasaran digital. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah kesulitan dalam menciptakan materi promosi yang profesional dan eye-catching. Padahal, di era dimana konsumen semakin selektif dan kompetisi pasar semakin ketat, konten visual yang menarik menjadi faktor penentu dalam menarik

perhatian calon pembeli (Budiutomo, 2024). Beberapa pelaku usaha masih mengandalkan desain sederhana atau bahkan bergantung pada jasa desainer profesional, yang tentunya membutuhkan biaya tambahan yang tidak sedikit. Kondisi ini menjadi penghambat dalam pengembangan usaha, terutama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan modal.

Tools yang dapat digunakan untuk membantu dalam melakukan pemasaran digital yaitu tools canva (Dewi et al, 2023). Platform desain grafis berbasis digital ini menawarkan kemudahan dalam membuat berbagai materi promosi, mulai dari poster, brosur, banner media sosial, hingga konten video pendek, tanpa memerlukan keahlian desain yang mendalam. Dengan antarmuka yang user-friendly dan ribuan template siap pakai, Canva memungkinkan siapa pun untuk membuat desain yang profesional dalam waktu singkat. Namun, meskipun tools ini mudah digunakan, masih banyak pelaku usaha kreatif di Desa Rumba, Kabupaten Jeneponto yang belum memahami cara memanfaatkannya secara optimal. Kurangnya pemahaman tentang fitur-fitur dasar dan lanjutan Canva, ketidaktahuan tentang strategi desain yang efektif untuk media sosial, serta ketidakmampuan dalam mengintegrasikan konten Canva dengan strategi pemasaran digital menjadi beberapa kendala yang sering ditemui.

Pelatihan pemanfaatan Canva untuk pemasaran produk kreatif ini dirancang untuk menjawab tantangan tersebut. Melalui pendampingan langsung dan praktik nyata, peserta akan dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan Canva untuk menciptakan konten pemasaran yang menarik dan profesional. Selain itu, peserta juga akan diajarkan tentang strategi mengemas produk secara visual agar lebih sesuai dengan target pasar dan identitas brand. Dampak yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemandirian pelaku usaha dalam membuat materi promosi, penghematan biaya pemasaran, perluasan jangkauan pasar melalui konten digital yang lebih profesional, serta peningkatan daya saing produk kreatif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal yang signifikan dalam membekali pelaku usaha kreatif dengan keterampilan digital yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis mereka di era digital yang terus berkembang.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan diawali dengan sesi diskusi dimana peserta diajak berbagi pengalaman tentang kesulitan mereka dalam membuat materi promosi digital. Fasilitator kemudian mempresentasikan studi kasus nyata seorang pelaku UMKM yang berhasil meningkatkan omset setelah memanfaatkan Canva untuk pemasaran produknya. Studi kasus ini ditampilkan melalui video pendek yang menunjukkan transformasi dari desain manual sederhana menjadi konten profesional beserta dampaknya terhadap peningkatan penjualan. Setelah pemutaran video, dilakukan diskusi interaktif untuk menggali lebih dalam hambatan spesifik yang dihadapi peserta UMKM Desa Kassi, Kecamatan Rumba, Kabupaten Jeneponto. Banyak peserta mengungkapkan kesulitan dalam membuat desain yang menarik karena keterbatasan keterampilan dan peralatan. Beberapa bahkan masih mengandalkan anak atau tetangga yang dianggap lebih melek teknologi untuk membuat konten promosi. Tim fasilitator kemudian memperkenalkan antarmuka Canva melalui proyektor, menunjukkan bagaimana platform ini dapat mengatasi berbagai kesulitan yang diungkapkan peserta. Demonstrasi diawali dengan pembuatan akun gratis, pemilihan template, hingga proses ekspor desain siap pakai. Peserta terlihat antusias ketika fasilitator menunjukkan cara membuat poster promosi "Festival Ikan Desa Kassi" hanya dalam 10 menit menggunakan template yang disesuaikan dengan karakter lokal. Sesi praktik dilakukan dengan membagi peserta ke dalam kelompok kecil berdasarkan jenis usaha. Kelompok pengolah ikan mendapat tugas mendesain banner Instagram untuk produk ikan asin mereka, sementara kelompok kerajinan tangan membuat desain kemasan sederhana. Fasilitator berkeliling memberikan bantuan individual, khususnya kepada peserta yang masih kesulitan mengoperasikan smartphone atau tablet.

Peserta diajak simulasi pemasaran digital dengan mempraktikkan fitur Canva Calendar untuk merencanakan konten selama seminggu. Mereka juga belajar menganalisis efektivitas desain melalui studi kasus engagement media sosial UMKM sejenis. Beberapa peserta yang sudah memiliki akun bisnis langsung mempraktikkan ilmu baru ini dengan memposting desain yang baru saja mereka buat. Kegiatan diakhiri dengan presentasi hasil karya dimana setiap kelompok memamerkan desain mereka di layar proyektor. Fasilitator memberikan masukan teknis tentang penyesuaian ukuran untuk platform berbeda dan pemilihan warna yang lebih sesuai dengan identitas produk. Peserta dari kelompok lain juga saling memberikan saran untuk perbaikan desain. Evaluasi pembelajaran dilakukan melalui pre-test dan post-

test sederhana yang menunjukkan peningkatan pemahaman peserta sebelum dan setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pemanfaatan tools digital Canva untuk strategi pemasaran digital produk UMKM di Desa Kassi, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Jeneponto, telah mencapai hasil yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menciptakan konten pemasaran digital yang profesional. Kegiatan ini berhasil mentransformasi pola pikir dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha mereka. Hasil yang paling menonjol dari pelatihan ini adalah peningkatan kemampuan teknis peserta dalam menggunakan platform Canva. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta mengaku hanya mengandalkan desain sederhana atau bergantung pada bantuan pihak ketiga untuk membuat materi promosi. Namun setelah mengikuti pelatihan, peserta menunjukkan kemajuan yang pesat dalam membuat berbagai jenis konten pemasaran, mulai dari poster, banner media sosial, hingga desain kemasan produk. Peningkatan ini terlihat dari hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan kenaikan pemahaman peserta.

Metode pelatihan yang menggabungkan teori dan praktik langsung terbukti efektif dalam memastikan peserta tidak hanya memahami konsep tetapi juga mampu mengaplikasikannya. Pendekatan partisipatif melalui diskusi kelompok dan praktik langsung membuat peserta lebih mudah menyerap materi. Peserta juga antusias berbagi pengalaman tentang tantangan yang mereka hadapi dalam pemasaran digital, sehingga solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan nyata di lapangan. Dalam aspek desain visual, pelatihan ini berhasil membekali peserta dengan prinsip-prinsip dasar desain yang efektif untuk pemasaran digital. Peserta yang sebelumnya kesulitan menentukan ukuran gambar yang tepat untuk berbagai platform media sosial, kini mampu membuat konten yang sesuai dengan spesifikasi masing-masing platform. Mereka juga mulai memahami pentingnya konsistensi visual dalam membangun identitas merek, seperti penggunaan warna dan font yang seragam untuk semua materi promosi. Dampak positif juga terlihat dalam penghematan biaya operasional UMKM. Dengan kemampuan membuat desain secara mandiri, peserta tidak perlu lagi mengeluarkan biaya untuk menyewa jasa desainer profesional. Beberapa peserta bahkan mulai menawarkan jasa pembuatan desain sederhana kepada UMKM lain di sekitar mereka, menciptakan peluang usaha baru. Pada aspek strategi pemasaran digital, peserta menunjukkan perkembangan dalam merencanakan konten secara lebih terstruktur. Mereka mulai memanfaatkan fitur Canva Calendar untuk merencanakan konten mingguan dan memahami pentingnya konsistensi dalam memposting konten. Beberapa peserta yang sudah memiliki akun bisnis di media sosial melaporkan peningkatan engagement setelah menerapkan desain yang lebih profesional.

Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam menggunakan Canva, tetapi juga membuka wawasan baru tentang pentingnya konten visual yang menarik dalam strategi pemasaran digital. Peserta kini lebih percaya diri dalam mempromosikan produk mereka secara digital dan siap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Keberlanjutan program melalui pendampingan berkelanjutan dan pengembangan komunitas belajar digital menjadi kunci untuk memastikan dampak jangka panjang dari pelatihan ini.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan pemanfaatan tools digital Canva sebagai strategi pemasaran digital untuk UMKM di Desa Rumba, Kabupaten Jeneponto, menunjukkan hasil yang sangat positif dalam meningkatkan keterampilan digital pelaku usaha lokal. Setelah mengikuti pelatihan ini, peserta menunjukkan kemajuan signifikan dalam menciptakan materi promosi yang lebih profesional dengan menggunakan Canva. Keterampilan teknis yang sebelumnya terbatas pada pembuatan desain sederhana kini berkembang menjadi kemampuan yang lebih kompleks, memungkinkan mereka untuk membuat berbagai jenis konten pemasaran seperti poster, banner media sosial, dan desain kemasan produk. Pelatihan ini juga berhasil membuka wawasan peserta mengenai pentingnya konten visual yang menarik dan strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, pelatihan ini telah mengurangi ketergantungan pelaku UMKM terhadap jasa desainer profesional, yang pada gilirannya mengurangi biaya operasional dan membuka peluang usaha baru, seperti jasa desain untuk UMKM lain. Penggunaan fitur Canva Calendar untuk merencanakan konten juga membantu peserta dalam mengelola jadwal pemasaran mereka, meningkatkan konsistensi dan efektivitas pemasaran produk di media sosial. Dengan peningkatan kemampuan digital ini, pelaku UMKM kini lebih percaya diri dan siap bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.

Untuk mendukung keberhasilan dan keberlanjutan pelatihan pemanfaatan tools digital Canva bagi UMKM di Desa Kassi, ada beberapa saran yang dapat dipertimbangkan. Pertama, penting untuk menyediakan pendampingan lanjutan yang lebih intensif, baik dalam bentuk sesi pelatihan rutin atau forum diskusi online. Hal ini dapat membantu peserta untuk terus mengasah keterampilan mereka, terutama saat menghadapi tantangan baru dalam pemasaran digital yang berkembang pesat. Kedua, perluasan akses pelatihan kepada lebih banyak pelaku UMKM di luar Desa Kassi sangat penting. Mengingat pesatnya perkembangan teknologi dan kebutuhan akan pemasaran digital yang semakin meningkat, penyelenggaraan pelatihan serupa di desa-desa lain atau daerah yang memiliki tantangan serupa dapat membuka kesempatan bagi lebih banyak pelaku UMKM untuk berkembang. Ketiga, integrasi lebih lanjut antara pelatihan teknis dan pemahaman pasar juga perlu diperhatikan. Peserta perlu diberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana cara mengintegrasikan desain yang mereka buat dengan strategi pemasaran digital yang lebih luas, termasuk penggunaan platform sosial media yang lebih efektif dan analisis pasar yang lebih mendalam.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian menyadari bahwa dalam proses penyelesaiannya banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, perkenankanlah tim pengabdian dalam kesempatan ini menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Universitas Negeri Makassar;
2. Ketua Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Makassar;
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar;
4. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar;
5. Kepada Desa Kassi, Kecamatan Rumba, Kabupaten Jeneponto;
6. Seluruh warga di Desa Kassi, Kecamatan Rumba, Kabupaten Jeneponto.

REFERENSI

- Budiutomo, N. (2024). *Pengaruh Konten Visual dan Brand Awareness pada Keputusan Pembelian Produk Ouraqila Skincare dengan Brand Trust sebagai Pemediasi* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Cholik, C. A. (2021). Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi / ICT Dalam Berbagai Bidang. *Jurnal Fakultas Teknik*, 2(2), 39-46.
- Dewi, K. R. K., Harini, N. N. P., & Yoga, P. A. A. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif pada Era Digital: Using Canva as a Creative and Inovative Promotion Media in the Digital Era. *PROSPEK*, 2(2), 298-303.
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., Siregar, L. D., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2021). Menjadi "UMKM Unggul" Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(1), 17-28.