

Pendampingan Digital Marketing Dengan Pemanfaatan Aplikasi Canva Bagi Pelaku Umkm Di Kecamatan Mejayan

Ais Mariya Ulva, & R. Yuniardi Rusdiyanto

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

21042010154@student.upnjatim.ac.id, rusdiyanto.adbis@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu unit usaha yang berperan penting bagi sektor perekonomian Indonesia. Dengan hal itu perlu adanya pemahaman dalam pengembangan bisnis dengan melakukan pendampingan kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan digital marketing pelaku UMKM di Kecamatan Mejayan melalui pemanfaatan aplikasi Canva. Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah penyampaian materi dan praktik secara langsung. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahap yaitu pengenalan, penyampaian materi, praktik, penutup dan laporan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam membuat desain grafis menggunakan Canva dan mampu menerapkannya dalam kegiatan pemasaran produk yang di hasilkan. Desain grafis yang dihasilkan meliputi desain logo produk, desain pemasaran produk dan desain label produk. Namun dalam pengabdian ini memiliki kendala diantaranya adalah kurangnya pengetahuan teknologi pelaku UMKM dan kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital secara keseluruhan.

Kata Kunci: Pendampingan; UMKM; Canva; Digital Marketing

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the business units that play an important role in Indonesia's economic sector. With this, it is necessary to understand business development by providing community assistance. This service activity aims to improve the digital marketing skills of MSME players in Mejayan District through the use of the Canva application. The method used in this service is the delivery of material and direct practice. This service activity is carried out in several stages, namely introduction, delivery of material, practice, closing and report. The results of the service showed that most participants experienced an increase in their ability to create graphic designs using Canva and were able to apply them in marketing activities for the products they produced. The resulting graphic designs include product logo design, product marketing design and product label design. However, this service has obstacles including the lack of technological knowledge of MSME actors and a lack of understanding of the overall digital marketing strategy.

Keywords: Mentoring; MSMEs; Canva; Digital Marketing



PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif, memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas bagi kehidupan manusia. Khusus dalam bidang penjualan barang dan jasa banyak memberi manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi yang telah dihasilkan dalam dekade terakhir ini. Selain itu, penggunaan internet juga akan bertambah.

Di Indonesia jumlah konsumen milenial ini akan bertambah dan merupakan kelompok pasar yang perlu diperhatikan karena potensinya yang besar. Menurut Deloitte Indonesia Perspective, di Indonesia Pada tahun 2015 jumlah pengguna internet telah mencapai angka 47,9% dari total penduduk atau sebesar 93,4 juta orang. Jumlah ini diprediksikan akan meningkat hingga 140 juta pada 2020. Hasil survey websindo pada awal Januari 2019, pengguna internet di Indonesia mencapai 150 juta atau penetrasinya mencapai 56% dan jumlah tersebut merupakan pengguna aktif media sosial.

Dalam era digital yang semakin berkembang, pemasaran digital telah menjadi suatu keharusan bagi semua jenis bisnis, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM adalah tulang punggung ekonomi di banyak negara, dan digital marketing memberikan peluang yang belum pernah terjadi sebelumnya untuk pertumbuhan dan keberhasilan mereka. Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia (Juli dan Nizar, 2020).

Salah satu aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat desain dalam digital marketing adalah Canva. Canva merupakan salah satu aplikasi desain grafis yang dapat membuat desain grafis menjadi sangat mudah untuk semua orang (Septa dan Syndhe, 2023). Salah satu manfaat utama dari pengetahuan mengenai aplikasi Canva adalah kemudahan yang diberikan kepada pengguna dalam membuat desain yang diinginkan atau dibutuhkan, seperti poster, sertifikat, infografis, template video, presentasi, dan berbagai jenis desain lainnya yang tersedia di aplikasi ini. Canva menawarkan berbagai template menarik yang telah disediakan, sehingga pengguna hanya perlu menyesuaikan dengan keinginan mereka, termasuk pemilihan tulisan, warna, ukuran, gambar, dan elemen lainnya untuk membuat desain pemasaran digital.

METODE

Implementasi program pengabdian masyarakat bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Mejayan dilakukan melalui pendekatan pendampingan intensif dan praktik langsung. Tahapan pelaksanaannya adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pendampingan bagi UMKM di Kecamatan Mejayan.

No	Tahapan	Kegiatan
1.	Tahap Perkenalan	<ul style="list-style-type: none">a. Melakukan perkenalan dengan pelaku umkmb. Mengisi Assessment usahac. Mengulas kendala usahanya
2.	Tahap Penyampaian materi	<ul style="list-style-type: none">a. Penyampaian materi tentang <i>digital marketing</i>b. Pengenalan aplikasi Canva
3.	Tahap Praktik	<ul style="list-style-type: none">a. Review materi yang sudah disampaikan minggu ke duab. Melakukan praktek pembuatan desain menggunakan aplikasi Canva
4.	Tahap Penutup	<ul style="list-style-type: none">a. Review penggunaan aplikasi canvab. Tanya jawab mengenai kendala pada penggunaan aplikasi canvac. Penyerahan desain promosid. Implementasi desain promosi melalui sosial media
5.	Laporan	<ul style="list-style-type: none">a. Penyusunan laporanb. Evaluasi dalam kegiatan pendampingan

Sumber: Data diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan ini dilakukan di kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun. Kecamatan Mejayan merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Madiun yang memiliki luas 5.522 ha. Kantor camat terletak pada koordinat 7,545 Lintang selatan dan 111,6549 Bujur timur dengan ketinggian sekitar 75 meter diatas permukaan air laut. Wilayah ini terbagi habis menjadi 11 desa dan 3 kelurahan dimana Desa Darmorejo menjadi desa dengan wilayah terluas dan Desa Kuncen menjadi desa dengan wilayah terkecil.

Wilayah Kecamatan Mejayan berbatasan dengan Kecamatan Pilangkenceng dan Saradan di sebelah Utara. Sebelah Timur berbatasan langsung dengan wilayah Kecamatan Saradan dan Gemarang, sementara di sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Gemarang dan Kare. Kecamatan Wonoasri berbatasan dengan Kecamatan Mejayan di sebelah barat.

Pengabdian masyarakat ini berlangsung dalam jangka waktu yang cukup panjang, dimulai dari tanggal 16 Februari dan akan berakhir pada tanggal 30 Juni 2024. Dalam periode tersebut, program pendampingan yang dirancang khusus ini akan dilaksanakan selama empat pekan untuk masing-masing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terlibat. Dengan demikian, dalam waktu hampir lima bulan yang tersedia, kegiatan ini diharapkan dapat menjangkau sekitar 20 UMKM yang terletak di Kecamatan Mejayan. Keberagaman UMKM di wilayah ini sangat menarik, karena mencakup berbagai sektor, seperti sektor kuliner yang menawarkan berbagai makanan dan minuman, sektor aksesoris yang meliputi produk-produk fashion, sektor jasa yang menyediakan layanan kepada masyarakat, serta toko kelontong yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari. Selain itu, masih ada kemungkinan adanya UMKM dari sektor lain yang juga akan terlibat dalam program ini, sehingga menciptakan ekosistem yang lebih dinamis dan beragam.

Pendampingan UMKM ini dilakukan sebanyak 4 kali pertemuan setiap pelaku UMKM. Pertemuan pertama adalah pengenalan, yaitu melakukan pengenalan, observasi usaha dan pengisian Assessment. pertemuan kedua adalah penyampaian materi tentang digital marketing dan pengenalan aplikasi Canva. Pertemuan ketiga adalah praktek yaitu melakukan review materi, pembuatan desain dengan aplikasi Canva. Pertemuan keempat adalah penutup, yaitu review penggunaan aplikasi Canva, penyerahan desain promosi dan implementasi digital marketing melalui sosial media. Desain promosi yang dibuat adalah sebagai berikut :

Logo Produk

Logo produk merupakan simbol atau tanda visual yang berfungsi untuk mengenali dan membedakan satu produk dari produk lainnya. Umumnya, logo terdiri dari elemen-elemen visual seperti gambar, bentuk, warna, dan teks yang dirancang secara khusus untuk memberikan kesan yang kuat dan mudah diingat oleh konsumen. Selain itu, logo juga berperan sebagai representasi merek yang dapat membangun citra positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam gambar 1 pelaku UMKM sudah memiliki desain logo setelah melakukan pendampingan pemanfaatan aplikasi Canva. Pembuatan logo ini dapat membantu pelaku usaha menciptakan identitas merek yang kuat. Logo yang baik tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu mencerminkan nilai dan visi usaha tersebut.

Desain Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam bukunya "*Marketing Management*," "Desain pemasaran adalah seni dan ilmu menciptakan nilai bagi pelanggan dan merek, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan." Dengan demikian, desain yang baik harus fokus pada kebutuhan dan preferensi konsumen, serta menciptakan pengalaman yang menarik bagi mereka.

Dalam gambar 2 pelaku UMKM sudah memiliki desain pemasaran produk setelah mengikuti pendampingan pemanfaatan aplikasi Canva. pendampingan ini diharapkan mampu untuk menciptakan identitas merek yang kuat dan menarik perhatian konsumen dengan adanya desain pemasaran.



Gambar 1. Desain Logo Produk dan Dokumentasi



Gambar 2. Desain Pemasaran Produk dan Dokumentasi



Gambar 3. Desain Label Produk dan Dokumentasi

Label Produk

Label produk merupakan identitas dari sebuah produk yang akan di pasarkan, label produk dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan di belinya dan menjadi penguat branding usaha dalam persaingan bisnis yang semakin ketat (Herudianyah, 2019). Dalam label di produk terdapat informasi berupa brand, komposisi, legalitas, fungsi dan petunjuk produk. Serta pajak yang terdapat di dalam usaha kecil menengah yang dapat membantu menentukan harga menjual suatu barang yang akan di pasarkan.

Dalam gambar 3, pelaku UMKM yang awalnya belum memiliki label produk, setelah mengikuti pendampingan pelaku UMKM memiliki label produk. Dengan

pembuatan label produk menggunakan aplikasi Canva diharapkan produk tersebut akan minati oleh banyak konsumen.

Pendampingan ini mampu memperkenalkan aplikasi yang bisa digunakan membuat desain promosi dan mampu memperkenalkan apa itu digital marketing. Pendampingan ini diharapkan pelaku UMKM mampu mengimplementasi digital marketing di era digital ini. Di Indonesia jumlah konsumen milenial ini akan bertambah dan merupakan kelompok pasar yang perlu diperhatikan karena potensinya yang besar. Salah satu dimensi digital marketing yang bisa digunakan adalah Sosial Media Marketing.

Sosial Media Marketing (SMM) adalah strategi, teknik dan proses marketing yang menggunakan Social Media sebagai sarana untuk mempromosikan suatu produk (Link Halaman Website Bisnis Online) atau suatu jasa, atau produk lainnya secara lebih spesifik. SMM lebih kepada pembangunan dan pemanfaatan area Social Media sebagai sarana atau tempat untuk membangun target pasar dari bisnis online.

KESIMPULAN

Pada tahap awal pelaksanaan pendampingan digital marketing, hal pertama yang dilakukan pengumpulan data melalui survei kebutuhan, yang bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Selanjutnya adalah penyampaian materi, praktik langsung dan implementasi. Kegiatan ini berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan keterampilan pelaku UMKM, di mana 80% peserta berhasil menunjukkan kemajuan dalam kemampuan desain grafis dan penggunaan aplikasi Canva. Dalam pendampingan ini terdapat keterbatasan atau kendala yang dihadapi yaitu kurangnya pemahaman mengenai teknologi digital dan terdapat variasi kemampuan di antara pelaku UMKM, sehingga tidak semua individu dapat menyerap materi dengan tingkat yang sama. Dari keterbatasan yang teridentifikasi, disarankan agar pihak pemerintahan kecamatan mengembangkan program pendampingan jangka panjang untuk memastikan penerapan teknik digital marketing yang berkelanjutan. Untuk memperluas cakupan kegiatan di masa depan, perlu dilakukan upaya meningkatkan konektivitas UMKM dengan platform e-commerce. Langkah ini bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar UMKM serta meningkatkan daya saing mereka dalam menghadapi tantangan di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan pengabdian ini. Khususnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada para pelaku UMKM di Kecamatan Mejayan yang telah bersedia berpartisipasi dan berbagi pengalaman, sehingga pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra pengabdian yang telah bekerja keras dalam merancang program pendampingan digital marketing ini, serta kepada semua pihak yang memberikan dukungan, baik moril maupun material. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat nyata bagi perkembangan UMKM di wilayah ini dan menjadi acuan bagi kegiatan serupa di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, A. & Purwantoro, G. 2022. *Digital Marketing untuk UMKM*. Surabaya : Narotama University Press
- Andina, A. N., Salsabila, S., & Safitri, S. A. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pemasaran Digital Pada Ibu-Ibu PKK Pemilik Usaha Rumahan. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 3041-3047.
- Effendi, N. I., Suliska, G., Marthika, L. D., Ferdian, T., & Wineh, S. (2022). Peningkatan penjualan produk UMKM masa pandemi Covid-19 melalui pelatihan digital marketing dengan graphic designer software Canva. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 643-653. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6574>
- Fatimah, F., Darna, D., Metekohy, E. Y., & Nuraeni, Y. (2024). Peningkatan Kemampuan Penggunaan Aplikasi Canva sebagai Media Promosi Produk UMKM Kota Depok. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 289-296.
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi*, 1(2). <https://doi.org/10.32502/sa.v1i2.2296>
- Imamah, F., Taufiq, M., & Wijaya, R. S. (2023). Pendampingan Digital Marketing TerhadapUkm Rajut Dan Ecoprint 'yeera Collection'kelurahan Wonorejo, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. *INCIDENTAL: Journal Of Community Service and Empowerment*, 2(01), 28-37. <https://doi.org/10.62668/incidental.v2i01.724>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lestari, D. (2022). Penyuluhan Pengaruh Desain Grafis Terhadap Digital Marketing Bagi

- Karang Taruna Aksara RW 17 Kelurahan Pancoran Mas–Depok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 2(2), 5-9.
- Mubarokah, L., Coriala, M. E., Rohim, F., & Pratiwi, R. (2023, March). *Konten Iklan Berbasis Aplikasi Canva dalam Pemasaran Online UMKM di Desa Penawangan Kecamatan Pringapus*. In Prosiding Seminar Nasional ADPI Mengabdi Untuk Negeri (Vol. 3, No. 2, pp. 56-62).
- Purbaratri, W., Tachjar, N. K., & DT, L. P. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing Berbasis Canva. *Jurnal Igakerta*, 1(2), 1-5. .
<https://doi.org/10.70234/3jy8gj78>
- Rahmadana, M.F. 2021. Ekonomi Digital. Bali : Nilacakra. Rustini, T., Arifin, M. H., Istianti, T., & Wahyuningsih, Y. (2022). Pelatihan digital marketing dengan pemanfaatan aplikasi bagi pelaku UMKM Kabupaten Pangandaran Di Masa Pandemi Covid-19. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 987-993.
- Satria, D., Amalia, Y., Syafa, N., Aisyah, T., Azka, M., & Olivia, L. (2024). Pendampingan Digital Marketing Dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Di Desa Penggaron. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 3(01), 168-177.
- Siska, E., & Noviyah, N. M. R. (2021). Sosialisasi Pelaksanaan Protokol Kesehatan pada Masa New Normal dan Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Digital Marketing di Panti Sosial Asuhan Anak Muslimin Manggarai Selatan Tebet. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 2(1), 1-16.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41-47.
- Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A.M. 2020. *E-Marketing Bagi UKM : Strategi Periklanan, Website & Sosial Media*. Surabaya : Jakad Media Publishing.
- Syty, S. Q. (2023). A PEMANFAATAN APLIKASI CANVA UNTUK PEMBUATAN CONTENT MARKETING DI SMK YPUI PARUNG. *Abdi Jurnal Publikasi*, 1(6), 594-599.
- Ulva, A. M., & Kusumasari, I. R. (2024). Peran Fasilitator Pendamping Dalam Pemberdayaan UMKM Nasabah Bank BTPN Syariah Di Kecamatan Mejayan Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandiri (JPMM)*, 2(02), 180-184.
- Yuniarti, P., Indriyani, F., Suharini, S., & Marthanti, A. S. (2021). Penggunaan aplikasi canva dalam pembuatan desain promosi usaha pada karang taruna desa sukaharja. *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 88-95.
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99-105.