

PELATIHAN DESAIN PROMOSI DIGITAL BERBASIS CANVA BAGI PELAKU USAHA DI SALAH SATU UMKM YANG ADA DI DESA PERING

Sapta Rini Widyawati¹, Ni Wayan Rustiarini², Ni Kadek Dina Arianti³, I Kadek
Abin Winata⁴

^{1,2,3,4} Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email:saptarini1304@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan promosi digital melalui pelatihan desain menggunakan aplikasi Canva. Kegiatan dilaksanakan di Warung Be Genyol, Desa Pering, dengan metode deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta praktik langsung. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, pelaku UMKM masih menggunakan metode promosi konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Setelah pelatihan dilaksanakan, terjadi peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat desain promosi digital yang lebih menarik dan profesional. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Dengan demikian, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya saing usaha serta memperluas jangkauan pasar secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Canva, Promosi Digital, UMKM.

ANALISIS SITUASI

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi saat ini telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam bidang ekonomi dan bisnis (Chorina dkk., 2022). Transformasi digital mendorong perubahan pola perilaku konsumen yang kini cenderung lebih aktif mencari informasi produk melalui internet dan media sosial sebelum melakukan keputusan pembelian. Hal ini menyebabkan strategi pemasaran juga mengalami pergeseran, dari yang sebelumnya bersifat konvensional menjadi berbasis digital (Herawati dkk., 2025).

Promosi digital menjadi salah satu strategi pemasaran yang sangat penting karena mampu menjangkau target pasar yang lebih luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Sopiatuturida dkk., 2025). Promosi digital juga dinilai lebih efisien dari segi biaya serta memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business kini menjadi sarana utama dalam memperkenalkan produk, membangun branding, serta meningkatkan penjualan. Tidak semua pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mampu beradaptasi dengan perkembangan tersebut. Banyak pelaku UMKM

yang masih menghadapi keterbatasan dalam hal pengetahuan, keterampilan, dan pemanfaatan teknologi digital. Kondisi ini menyebabkan promosi yang dilakukan belum maksimal dan kurang mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Hal ini juga terjadi pada salah satu UMKM di Desa Pering, yaitu Warung Be Genyol. Warung ini merupakan usaha kuliner yang memiliki potensi cukup besar untuk berkembang karena menawarkan produk makanan yang memiliki cita rasa khas dan diminati oleh masyarakat sekitar. Namun, dalam praktiknya, strategi pemasaran yang dilakukan masih bersifat tradisional, seperti mengandalkan promosi dari mulut ke mulut serta pelanggan tetap. Promosi melalui media digital masih sangat terbatas dan belum dikelola secara optimal. Warung Be Genyol juga belum memiliki identitas visual yang kuat dalam kegiatan promosinya. Tidak adanya desain promosi yang menarik, seperti poster digital, katalog produk, atau konten media sosial yang konsisten, menyebabkan kurangnya daya tarik visual bagi calon konsumen. Padahal, dalam era digital saat ini, tampilan visual menjadi salah satu faktor utama yang dapat memengaruhi minat beli konsumen.

Saat ini telah tersedia berbagai aplikasi desain grafis yang mudah digunakan, salah satunya adalah Canva (Rusmanto dkk., 2025). Aplikasi ini menyediakan berbagai template desain yang menarik dan dapat digunakan secara gratis, sehingga sangat cocok bagi pelaku UMKM yang tidak memiliki latar belakang desain grafis. Dengan Canva, pelaku usaha dapat dengan mudah membuat poster, brosur, konten media sosial, hingga materi promosi lainnya secara mandiri.

Keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dalam menggunakan aplikasi Canva menjadi salah satu hambatan bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Banyak pelaku usaha yang belum mengetahui fitur-fitur dasar Canva maupun cara membuat desain yang menarik dan efektif untuk promosi. Akibatnya, potensi penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran belum dimanfaatkan secara maksimal. Selain faktor keterampilan teknis, terdapat juga kendala dalam hal pemahaman strategi promosi digital itu sendiri. Pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami bagaimana cara membuat konten yang menarik, menentukan target pasar, serta menyusun pesan promosi yang efektif. Hal ini menyebabkan promosi yang dilakukan cenderung kurang terarah dan belum memberikan hasil yang optimal.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesenjangan antara potensi yang dimiliki oleh UMKM, khususnya Warung Be Genyol, dengan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi. Diperlukan suatu program kerja yang mampu memberikan solusi melalui edukasi, pelatihan, dan pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi di atas, maka permasalahan dalam kegiatan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- ❖ 1. Bagaimana tingkat pemahaman pelaku UMKM di Warung Be Genyol mengenai pentingnya promosi digital dalam mengembangkan usaha?
- 2. Bagaimana kemampuan pelaku UMKM dalam membuat desain promosi yang menarik dan profesional?
- 3. Bagaimana pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pembuatan desain promosi digital bagi pelaku UMKM?

Bagaimana upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat desain promosi digital secara mandiri?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Kegiatan ini memberikan solusi berupa pelatihan dan pendampingan langsung pembuatan desain promosi digital menggunakan aplikasi Canva. Sebelum pelatihan, pemilik Warung Be Genyol hanya mengandalkan promosi mulut ke mulut dan belum memiliki materi promosi visual yang menarik. Melalui program ini, pelaku UMKM diberikan sosialisasi mengenai pentingnya promosi digital di era modern, kemudian dilatih mempraktikkan sendiri pembuatan desain promosi seperti poster dan konten media sosial. Pendampingan dilakukan secara intensif, mulai dari memilih template, mengatur teks, hingga menyusun tata letak desain yang komunikatif. Dengan metode ini, pelaku usaha tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu membuat desain secara mandiri, sehingga promosi produk dapat dilakukan lebih optimal dan terarah tanpa bergantung pada pihak lain

METODE PELAKSANAAN

Metode penelitian merupakan suatu cara atau langkah-langkah ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi secara sistematis, objektif, dan terarah guna menjawab permasalahan yang diteliti. Melalui metode penelitian, penulis dapat memahami kondisi yang terjadi di lapangan serta menarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan kegiatan (Kusumawati, 2024).

Dalam kegiatan *Pelatihan Desain Promosi Digital Berbasis Canva bagi Pelaku Usaha di salah satu UMKM yang ada di Desa Pering*, metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai kondisi yang terjadi di lapangan, khususnya terkait dengan pemanfaatan promosi digital oleh pelaku UMKM. Sementara itu, pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi, seperti tingkat pemahaman, keterampilan, serta kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam melakukan promosi digital. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi:

1. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung ke lokasi kegiatan, yaitu di Warung Be Genyol, Desa Pering. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui

- ◆ kondisi nyata UMKM, terutama dalam hal strategi promosi yang digunakan serta pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk.
- 2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan pelaku UMKM untuk memperoleh informasi secara langsung terkait kendala yang dihadapi dalam promosi, tingkat pemahaman terhadap promosi digital, serta kebutuhan yang diperlukan dalam meningkatkan kualitas pemasaran.
- 3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa foto kegiatan, hasil desain promosi yang dibuat oleh peserta, serta catatan selama pelaksanaan kegiatan. Data ini digunakan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan sekaligus sebagai pendukung dalam penyusunan laporan.
- 4. Praktik Langsung (Pelatihan)

Metode praktik langsung dilakukan dengan melibatkan pelaku UMKM dalam kegiatan pelatihan pembuatan desain promosi menggunakan aplikasi Canva. Melalui metode ini, dapat diketahui secara langsung peningkatan keterampilan peserta dalam membuat desain promosi digital.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan *Pelatihan Desain Promosi Digital Berbasis Canva bagi Pelaku Usaha di salah satu UMKM yang ada di Desa Pering* telah dilaksanakan secara bertahap dan memberikan hasil yang cukup signifikan terhadap peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan promosi berbasis digital.



Gambar 1. Observasi Proker

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan pada tanggal 4 Maret 2026 di Warung Be Genyol, diketahui bahwa sistem promosi yang diterapkan masih bersifat konvensional. Pelaku usaha cenderung mengandalkan promosi dari mulut ke mulut serta pelanggan tetap tanpa memanfaatkan media digital secara optimal. Belum terdapat media promosi visual seperti poster digital, katalog produk, maupun konten media sosial yang menarik. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran menjadi

terbatas dan kurang mampu bersaing dengan usaha lain yang telah memanfaatkan teknologi digital.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

Setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan pada tanggal 25 Maret 2026, terjadi peningkatan yang cukup signifikan baik dari segi pengetahuan maupun keterampilan pelaku UMKM. Peserta mulai memahami pentingnya promosi digital sebagai salah satu strategi pemasaran yang efektif di era modern. Mereka juga memperoleh wawasan mengenai peran visual dalam menarik perhatian konsumen serta meningkatkan nilai jual produk.

Hasil konkret dari kegiatan ini dapat dilihat dari kemampuan peserta dalam membuat desain promosi digital menggunakan aplikasi Canva. Peserta mampu menghasilkan berbagai desain sederhana seperti poster promosi produk yang lebih menarik, informatif, dan memiliki nilai estetika yang lebih baik dibandingkan sebelumnya. Desain yang dihasilkan sudah mulai memperhatikan unsur-unsur desain seperti komposisi warna, pemilihan font, tata letak (layout), serta penggunaan gambar yang relevan dengan produk.

Peserta mulai memahami cara menyusun pesan promosi yang efektif, seperti penggunaan kata-kata yang menarik, penyampaian informasi produk secara jelas, serta penonjolan keunggulan produk. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai strategi komunikasi pemasaran. Dari sisi sikap dan pola pikir, pelaku UMKM menunjukkan perubahan yang positif. Mereka menjadi lebih terbuka terhadap penggunaan teknologi digital serta memiliki motivasi untuk mengembangkan usaha melalui media promosi yang lebih modern. Hal ini terlihat dari antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan serta keinginan untuk terus mencoba dan mengembangkan desain yang telah dibuat.

Hasil kegiatan yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa pelatihan desain promosi digital berbasis Canva memiliki kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, khususnya dalam bidang pemasaran digital.

Dalam era digital saat ini, promosi tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam menyajikan produk secara menarik melalui media visual (Gifani dan Kusumasari, 2025).

Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM sebelum pelatihan adalah rendahnya literasi digital serta kurangnya keterampilan dalam membuat desain promosi. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha kurang mampu memanfaatkan peluang yang ada dalam pemasaran digital. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan ini menjadi salah satu bentuk solusi yang relevan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Penggunaan aplikasi Canva dalam kegiatan ini terbukti efektif karena memiliki tampilan yang sederhana dan mudah digunakan oleh pemula. Fitur-fitur yang tersedia, seperti template desain, elemen grafis, serta kemudahan dalam pengeditan, memungkinkan pelaku UMKM untuk membuat desain promosi tanpa memerlukan keahlian khusus di bidang desain grafis. Hal ini sangat membantu pelaku usaha dalam menghemat waktu dan biaya dalam pembuatan materi promosi.

Metode pelaksanaan yang menggabungkan antara penyampaian materi dan praktik langsung memberikan hasil yang lebih optimal. Peserta memahami teori, dapat langsung mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh. Pendampingan secara langsung selama praktik juga membantu peserta dalam mengatasi kesulitan yang dihadapi, sehingga proses pembelajaran menjadi lebih efektif dan interaktif.

Dari hasil kegiatan, terlihat bahwa terjadi peningkatan kualitas desain promosi yang dihasilkan oleh peserta. Desain yang sebelumnya tidak ada atau masih sangat sederhana, kini menjadi lebih terstruktur, menarik, dan komunikatif. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan kemampuan visualisasi produk yang dimiliki oleh pelaku UMKM.

Keberhasilan kegiatan ini juga perlu didukung dengan keberlanjutan dalam penerapannya. Pelaku UMKM perlu secara konsisten memanfaatkan keterampilan yang telah diperoleh dalam kegiatan usaha sehari-hari. Diperlukan pengembangan lebih lanjut terkait strategi pemasaran digital yang lebih luas, seperti pengelolaan media sosial, penggunaan fitur promosi berbayar, serta analisis performa konten. Keterbatasan dalam kegiatan ini adalah waktu pelaksanaan yang relatif singkat, sehingga materi yang diberikan masih bersifat dasar. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan lanjutan yang lebih mendalam agar pelaku UMKM dapat menguasai strategi pemasaran digital secara lebih komprehensif.

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan *Pelatihan Desain Promosi Digital Berbasis Canva* di Warung Be Genyol, Desa Pering, telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat desain promosi digital yang menarik dan profesional. Pelaku UMKM menjadi lebih memahami pentingnya promosi digital

sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan penjualan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Gifani, J. A., & Kusumasari, I. R. (2025). Upaya Pemberdayaan Pelaku Usaha dalam Branding Produk Melalui Desain Visual dan Media Sosial untuk Meningkatkan Promosi di Era Digital. *Jurnal Sinabis*, 1(4), 1215-1227.
- Herawati, N. A., Nay, G. K., Aparato, M., & Dwiarta, I. M. B. (2025). Peran media sosial sebagai strategi digital marketing dalam mengubah perilaku konsumen. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital*, 2(2), 17-30.
- Kusumawati, E. (2024). *Buku ajar metodologi penelitian: langkah-langkah metodologi penelitian yang sistematis*. Asadel Liamsindo Teknologi.
- Rusmanto, D. E., Eswono, E. S. P., & Rofi'ah, Z. (2025). Pelatihan Canva Untuk Meningkatkan Kompetensi Desain Digital Pemuda dan UMKM di Desa 3D. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(1), 46-60.
- Sopiatuturida, S., Limas, N. N., Sulistiawati, S., & Putri, M. K. (2025). Pengaruh strategi pemasaran digital terhadap volume penjualan UMKM pada Toko Batik Fatahillah di era digital. *Almufi Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2), 90-96.