

Mendongkrak Kreatifitas dan Daya Jual Produk UMKM Desa Sonorejo dengan Pelatihan Desain Poster Promosi melalui Aplikasi Canva

Rafly Hatma Rudiansyah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Isma Hana Antika

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Azka Abdurrahman Nasrullah

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

E-mail: rafly.020701@gmail.com, zlxcom1401@gmail.com, Ismaahana@gmail.com

Abstract:

Promotion is one of the ways to communicate with potential buyers so that products can be distributed well and make people interested. One way to create attractive promotions is by using the Canva application. The UMKM drivers and Karang Taruna of Sonorejo Village see that the condition of their micro, small, and medium enterprises (MSMEs) is having difficulty in promoting. For promotion, these MSMEs are still doing marketing manually (offline) and only the surrounding villagers know and buy the products of these MSMEs. Therefore, it is necessary to provide training to the villagers of Sonorejo so that they are able to create posters independently using the Canva application and promote their products online. This community service activity uses the Asset Based Community Development (ABCD) approach. The object of service is to empower a number of 30 MSMEs from Sonorejo Village. The results show that UMKM actors in Sonorejo Village can run the Canva application as well as use it to create promotional posters for their products. Furthermore, UMKM actors become more aware of how to develop their businesses after following the training, especially conducting online promotions. After following this training, the knowledge and skills of running the Canva application are beneficial for novice UMKM actors to develop their businesses in the modern era full of competition.

Keywords: Canva, Selling Power, Creativity, Training, UMKM

Abstrak:

Promosi adalah salah satu cara untuk berkomunikasi dengan calon pembeli agar produk dapat didistribusikan dengan baik dan membuatnya orang tertarik. Salah satu cara membuat promosi menarik menggunakan aplikasi canva. Penggerak UMKM dan Karang Taruna Desa Sonorejo melihat keadaan masyarakatnya Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kesulitan melakukan promosi. Untuk promosi, UMKM ini masih melakukan pemasaran secara manual (offline) dan hanya warga desa sekitar yang mengetahui dan membeli barang-barang UMKM tersebut. Oleh karena itu perlu dilakukan pelatihan terhadap warga desa sonorejo agar mampu membuat poster mandiri menggunakan aplikasi canva dan mempromosikan produknya secara online. Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). Objek pengabdian yaitu memberdayakan sejumlah 30 UMKM dari Desa Sonorejo. Hasilnya pelaku UMKM Desa Sonorejo dapat menjalankan aplikasi canva sekaligus menggunakan untuk membuat poster promosi produk mereka. Berikutnya pelaku UMKM menjadi lebih tahu cara mengembangkan usahanya

Received: 29-08-2023

Revised: 18-09-2024

Accepted: 19-09-2024

Copyright © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

setelah mengikuti pelatihan tersebut terutama melakukan promosi secara online. Setelah mengikuti pelatihan ini, pengetahuan dan keahlian menjalankan aplikasi canva bermanfaat bagi pelaku UMKM pemula untuk mengembangkan bisnisnya pada era modern yang penuh persaingan.

Kata Kunci: Canva, Daya Jual, Kreatifitas, Pelatihan, UMKM

Pendahuluan

Keberadaan UMKM sangat penting bagi sebuah negara dan masyarakat Indonesia karena menopang pendapatan negara dan membantu pemerataan pendapatan masyarakat secara global. Oleh karena itu keberadaan UMKM perlu dimotivasi agar semakin bersemangat dalam berwirausaha secara mandiri. Selain itu juga perlu mendorong kreativitas mereka supaya meningkat dalam upaya mempertahankan dan mengembangkan tradisi serta budaya local di tengah persaingan bisnis (Dambiski Gomes De Carvalho et al., 2021; Larios-Francia & Ferasso, 2023). Jumlah penduduk Indonesia yang besar dan jumlah pelaku UMKM yang banyak dapat menyerap banyak tenaga kerja sehingga mengurangi potensi pengangguran yang lebih besar (Yatminiwati et al., 2022).

Dalam hal pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (SME) dan ekonomi kreatif, sumber daya manusia (SDM) masyarakat memainkan peran penting dalam pembangunan bangsa. Tentunya peran UMKM dalam perekonomian nasional sangat penting dan strategis. Selain itu jumlah industri di Indonesia yang cukup banyak dan dapat menyerap tenaga kerja (Rosyana & Soelistyo, 2020). Alasan lainnya adalah UMKM memiliki banyak keunggulan di sektor padat sumber daya alam dan padat karya, terutama di sektor pertanian, perdagangan, dan usaha menengah yang memiliki keunggulan dalam menciptakan nilai tambah (Syamsari et al., 2022).

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pada dasarnya merupakan usaha yang tidak berafiliasi dengan organisasi lain. Pelaksanaannya tidak diatur oleh waktu dan pelaku UMKM bebas bertindak sesuai keinginan mereka. UMKM memiliki kelebihan dan kekurangan akan tetapi hal itu bergantung pada individu yang menjalankannya mampu memanfaatkan peluang dan mengatasi masalah yang dihadapinya atau tidak (Arif & Hardiyanti, 2021; Windusancono, 2023). Data UMKM Di Indonesia dapat dilihat Tabel di bawah ini.

Tabel 1. Data UMKM di Indonesia

No.	Indikator	Satuan	2013
1	Jumlah UMKM	Unit	57 895 721
2	Pertumbuhan Jumlah UMKM	Persen	2,41
3	Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Orang	114 144 082
4	Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Persen	6,03
5	Sumbangan PDB UMKM (harga konstan)	Rp. Miliar	1 536 918,80
6	Pertumbuhan sumbangan PDB UMKM	Persen	5,89
7	Nilai Ekspor UMKM	Rp. Miliar	182 112,70

8	Pertumbuhan Nilai Ekspor UMKM	Persen	9,29
---	-------------------------------	--------	------

Sumber BPS diakses di <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTMyMiMx/tabel-perkembangan-umkm-pada-periode-1997-2013.html>

Pandemi COVID-19 yang dimulai tahun 2019 hingga 2022 telah melanda setiap negara dan berdampak pada semua aspek kehidupan manusia. Di Indonesia, pandemi COVID-19 menyebabkan perlambatan sektor ekonomi dengan berbagai konsekuensi. Dampak terbesar tentunya dirasakan oleh pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Semua pihak mengkhawatirkan hal ini karena telah menyebabkan penurunan yang signifikan dalam sektor UMKM (Gong et al., n.d.; Wang & Han, 2021). Terutama pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah menghadapi berbagai masalah seperti penurunan penjualan, permodalan, hambatan distribusi, masalah dengan bahan baku, penurunan produksi, dan banyak kegagalan (Coccia, 2021; Hu & Li, 2021). Perekonomian nasional diancam oleh pemutusan hubungan kerja dan tenaga kerja. UMKM yang merupakan mesin perekonomian nasional dan penyerap tenaga kerja menghadapi penurunan produktivitas yang signifikan yang mengakibatkan penurunan keuntungan yang signifikan. Survei yang dilakukan *Asian Development Bank* (ADB) tentang dampak pandemi terhadap usaha kecil dan menengah di Indonesia menunjukkan bahwa lebih dari 60 persen usaha mikro di Indonesia mengalami perampangan dan 88 persen mengalami kekurangan uang tunai atau tabungan (Canton, 2021; Dhar, 2021).

Pelaku UMKM harus terus berusaha mulai dengan mengubah strategi, meningkatkan keterampilan, atau bahkan mengembangkan usaha yang dijalankan dengan berbagai cara agar dapat berkembang. Sementara itu keadaan UMKM bermacam-macam, ada yang mampu mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan teknologi dan ada juga yang tidak dapat mengembangkan usahanya karena keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi yang tersedia (Candra & Hasan Ismail, 2023; Indrajaya et al., 2022).

Pada era saat ini, teknologi komputer semakin canggih terutama dalam membantu manusia untuk membuat desain grafis untuk mempromosikan produk. Untuk menghasilkan gambar dan konten promosi menarik, cukup dilakukan dengan memanfaatkan desain grafis teknologi komputer. Desain grafis adalah bentuk komunikasi dari pelaku usaha kepada calon pelanggan dengan memadukan gambar visual, tulisan, dan ilustrasi untuk menyampaikan pesan. Desain grafis biasanya dibagi menjadi tiga fungsi utama: promosi, instruksi dan informasi, dan identitas (Rukmana et al., 2023; Simarmata et al., 2021).

Bisnis UMKM di Desa Sonorejo termasuk diminati oleh masyarakat terutama yang masih berusia muda. Beberapa pelaku UMKM berhasil berkembang dengan pesat dan telah memiliki pelanggan tetap. Namun demikian dengan juga menghadapi sejumlah masalah, termasuk penurunan daya jual akibat pandemi COVID-19. Akibatnya, mereka harus mengubah strategi manajemen usahanya, salah satunya adalah digitalisasi pemasaran yang membutuhkan desain yang menarik untuk menarik pelanggan. Dalam hal ini, peran digital memiliki dampak yang signifikan dalam melakukan promosi terhadap unit bisnis yang baru dibentuk (Lestari & Saifuddin, 2020; Reken et al., 2024; Renaningtyas et al., 2023).

Promosi adalah salah satu cara untuk berkomunikasi dengan calon pembeli agar produk dapat didistribusikan dengan baik dan membuat banyak orang tertarik dengan produk yang dijual (Arumsari et al., 2022; Rahmawati et al., 2023). Canva ialah sebuah platform desain online yang menawarkan berbagai alat untuk membuat resume, poster, presentasi, brosur, bagan, infografis, spanduk, dll. Dalam penggunaan aplikasi canva diperlukan pengetahuan dan keterampilan yang sederhana untuk dapat membuat desain iklan interaktif. Selain itu canva memiliki banyak keuntungan, seperti desain yang beragam dan menarik yang memungkinkan UMKM untuk menemukan dan meningkatkan kreatifitas konten promosi mereka (Sholeh et al., 2020; Solihah & Zakiah, 2022).

Penggerak UMKM dan Karang Taruna Desa Sonorejo melihat keadaan masyarakatnya dan menemukan Kesimpulan bahwa anak muda suka memegang android dan belajar teknologi computer. Oleh karena itu akan lebih mudah belajar mengenai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terutama promosi melalui teknologi digital karena lebih mudah dipelajari dengan biaya yang minim dan anak muda sangat bersemangat untuk mempelajarinya. Promosi digital yang perlu dipelajarinya yaitu desain grafis untuk membuat promosi.

Smartphone, komputer, dan laptop merupakan alat yang dapat digunakan untuk melakukan proses desain. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang ada di Desa Sonorejo membuat barang-barang seperti kerajinan kelapa, kerajinan barongan, kerajinan gelas, dan jamu khas desa. Untuk promosi, UMKM ini masih melakukan pemasaran secara manual (offline) dan hanya warga desa sekitar yang mengetahui dan membeli barang-barang UMKM tersebut. Untuk meningkatkan penjualan, pelaku UMKM Desa Sonorejo memerlukan kegiatan pelatihan promosi dan pemasaran online. Aplikasi yang tersedia dan mudah untuk dipelajari dalam membuat promosi dan pemasaran ialah aplikasi canva.

Aplikasi desain grafis canva menjadikan pengguna untuk mendesain materi kreatif secara online dan menawarkan solusi untuk masalah membuat flyer promosi. Pelaku dapat membuat berbagai jenis desain dengan menggunakan aplikasi canva seperti kartu ucapan, poster, flyer, infografis, dan presentasi (Saehan et al., 2023; Widayanti et al., 2021). Aplikasi canva ini memiliki versi gratis dan berbayar akan tetapi biasanya pengguna cenderung suka kepada versi gratis untuk mendapatkan semua fiturnya. Canva adalah aplikasi desain grafis yang terkenal karena kemudahan dalam penggunaannya. Pengguna dapat membuat logo mereka sendiri dengan berbagai template yang tersedia. Cara terbaik untuk melakukan ini adalah poster yang dapat dibuat dengan mudah dengan aplikasi Canva (Satiti et al., 2022; Wardhanie et al., 2021).

Berdasarkan keterangan di atas maka pelaku UMKM masyarakat Desa Sonorejo perlu diberikan pelatihan membuat desain grafis dengan memanfaatkan aplikasi canva. Tujuan dari kegiatan pengabdian adalah untuk memberikan pelatihan dalam desain untuk membuat materi seperti logo, spanduk, brosur, dan lain sebagainya. Manfaat dari pelatihan ini adalah agar pemilik UMKM sekaligus pelaku dapat meningkatkan keterampilannya dalam mendesain dan memasarkan produk melalui teknologi digital secara mandiri, tanpa perlu pihak ketiga dalam mendesain brosur dan poster.

Metode

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) karena pendekatan ini fokus pada potensi dan aset yang perlu dikembangkan yang ada di masyarakat (García, 2020; Syahri et al., 2024). Metodologi pengabdian berbasis ABCD adalah tentang menemukan hubungan timbal balik yang ada di lingkungan sekitar dengan tujuan membantu menjalin hubungan baru dengan lingkungan yang lebih luas sebagai bentuk dukungan terhadap pelaku UMKM di desa Sonorejo. Pengembangan masyarakat dengan metode ABCD terjadi ketika masyarakat percaya bahwa aset adalah hal terpenting untuk bisa dilakukan perubahan masyarakat yang diperlukan untuk menumbuhkan dan mengembangkan bisnis, mengangkat bisnis sehingga dapat berubah dan dapat menghadapi keadaan sulit. Dalam metode ABCD terdapat lima langkah dalam melakukan proses pendampingan terhadap UMKM di Desa Sonorejo.

1. Discovery (Menemukan)

Tim pengabdian KKN mahasiswa mewawancarai pengurus RT lokal Desa Sonorejo untuk menemukan kegiatan pengabdian yang akan dilakukan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa di desa tersebut terdapat banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan menghasilkan produk, seperti kerajinan kelapa, kerajinan barongan, kerajinan kaca, dan jamu khusus. Penjualan produk tersebut mengalami penurunan pendapatan. Selanjutnya pengabdian melakukan wawancara secara mendalam dengan para pelaku UMKM tersebut. Ini akan memungkinkan untuk mengeksplorasi aset dan potensi yang mereka miliki dan bisa dikembangkan (Astawa et al., 2022).

2. Dream (Dream)

Pada tahap ini, pengabdian berusaha menemukan tujuan dan harapan masyarakat Desa Sonorejo terutama berkaitan dengan aktifitas UMKM. Setelah melakukan wawancara dengan pelaku UMKM, tim mahasiswa pengabdian mulai mengetahui impian atau keinginan mereka tentang UMKM di Desa Sonorejo. Mimpi atau visi masa depan bersama dapat berupa gambaran, tindakan, perkataan, dan foto. Setelah mengidentifikasi keinginan atau impian masyarakat, langkah berikutnya adalah merencanakan dan menentukan tindakan yang akan membantu mewujudkan impian tersebut (Wahyuningsih & Djuwita, 2022).

3. Design (merancang)

Pengabdian berinisiatif untuk mengajarkan pelaku UMKM cara menggunakan media sosial karena pentingnya penggunaan media sosial dalam era digital saat ini dengan tujuan untuk memasarkan produk. Pelaku UMKM akan dapat meraih keuntungan jika potensi ini dapat dimanfaatkan secara optimal. Mereka akan dapat membuat pamflet produk dan desain lain untuk meningkatkan produk diperjualbelikan.

4. Define (menentukan)

Selanjutnya perlu dilakukan penentuan kegiatan pelatihan cara mendesain logo, poster dan lain-lain menggunakan aplikasi canva. Setelah dilakukan FGD dengan perwakilan masyarakat Desa Sonorejo, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri maka

ditentukan pelatihan diadakan di Gedung Serbaguna di Desa Sonorejo, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri. Kegiatan pelatihan diadakan pada tanggal 6 Agustus 2023.

5. Destiny (Lakukan)

Selanjutnya setelah dilakukan kesepakatan dalam rapat atau FGD maka disepakati kegiatan pelatihan menggunakan aplikasi canva dilakukan pada tanggal 6 Agustus 2023. Dalam kegiatannya, diikuti oleh semua pelaku UMKM Desa Sonorejo setidaknya terdapat 30 peserta. Sebagai narasumber dalam pelatihan tersebut ialah mahasiswa KKN IAIN Kediri yang secara kebetulan ada salah satu mahasiswa dapat menjalankan aplikasi canva dengan baik dan mempraktikkan secara bersama-sama untuk membuat logo, poster, pamflet dan lain sebagainya untuk keperluan bisnis.

Hasil dan Pembahasan

Persaingan UMKM semakin modern semakin ketat sehingga memaksa para pelaku UMKM harus pandai melakukan invosi dan promosi produk. Tingkat persaingan yang terjadi tidak saja pada level nasional namun juga telah mencapai tingkat internasional. Jual beli produk tidak lagi dilakukan secara tatap muka dalam satu negara namun bisa dilakukan secara online tanpa dibatasi oleh jarak negara dan benua. Pelaku UMKM bisa langsung menjual produknya langsung keluar batas negara dengan bebas (Rahayu & Hidayah, 2023; Salam & Kho, 2023). Oleh karena itu agar dapat memenangkan persaingan diantara strategi yang harus dilakukan pelaku UMKM ialah melakukan promosi produk agar pembeli tertarik untuk memberi barang yang dihasilkan UMKM (Annisa Cindy Maurina & R Yuniardi Rusdianto, 2023; Herman & Nohong, 2022).

Pada faktanya tidak jarang pelaku UMKM pada tingkat menengah ke bawah masih belum dapat membuat promosi yang menarik baik melalui media offline maupun online. Oleh karena itu pelaku UMKM tingkat menengah ke bawah perlu diberikan pemahaman pentingnya melakukan promosi dan pelatihan cara media promosi yang bagus dan menjadikan promosi sederhana namun menarik. Diantara cara membuat promosi sederhana dan menarik ialah membuat desain poster yang indah yang dapat memancing orang yang melewatinya untuk melihat. Desain poster menarik bisa dibuat dengan memanfaatkan aplikasi Canva karena di dalamnya disediakan fitur background menarik dan tinggal pakai serta diedit sesuai selera agar jenis promosi yang diinginkan bisa menarik pembeli.

Canva dapat membuat desain poster dan blog sederhana lebih menarik dan nyaman untuk dibaca pengunjung dengan menampilkan gambar unggulan dalam setiap postingan. Pengguna dapat menggunakan Canva untuk membuatnya dengan cepat. Mereka juga dapat menyisipkan postingan dengan infografis untuk menambah variasi konten blog. Akan tetapi jenis konten tersebut sangat kompleks dan tidak semua orang mampu membuat serta mendesainnya dengan baik (Adi, 2020). Pemilik bisnis atau pelaku UMKM dapat menggunakan template bawaan Canva untuk membuat konten, logo, poster, infografis, buletin, faktur, blog gambar unggulan, desain spanduk, pengemasan, dan thumbnail YouTube.

Tahap pertama, untuk lebih mengenal para pelaku UMKM, mahasiswa KKN melakukan observasi untuk menentukan kegiatan pengabdian pada minggu pertama bulan Juli dengan melakukan observasi dan wawancara dengan masyarakat UMKM binaan. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mengetahui, mengidentifikasi, mengembangkan, dan menganalisis lebih lanjut potensi pelaku UMKM tersebut. Selama pelaksanaan wawancara, para pelaku UMKM dan mahasiswa yang terlibat dalam suasana diskusi imbal balik saling menerima umpan balik mengenai gagasan bidang penjualan barang. Ini memungkinkan untuk mengetahuinya dengan berbicara tentang status mereka saat ini dan tujuan mereka ke depannya.

Hasil tahap ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Desa Sonorejo saat ini sedang menurun dan volume penjualan berada pada tingkat stagnan. Berdasarkan alasan itu, potensi keterampilannya dalam berdagang dan potensi lain perlu dikembangkan dengan optimal agar di masa depan dapat digunakan untuk kompetisi dalam berdagang dengan baik. Pengembangan keterampilan berdagang sangat penting dilakukan, apalagi di era digital saat ini yang menuntut pelaku UMKM harus mengikuti perubahan.

Tahap selanjutnya adalah Dream. Dream ialah menentukan pilihan kegiatan pemberdayaan setelah dipikir secara matang, direnungkan kebermanfaatannya program yang akan dipilih dan selanjutnya melakukan pemetaan kegiatan yang diambil atau diputuskan untuk dikerjakan. Tujuan dream adalah memetakan kekuatan dan potensi pelaku UMKM. Setelah mengetahui ini, tim pengabdian kemudian memimpin proses pemetaan dan melaksanakan kegiatan pengabdian berupa penyediaan fasilitas bagi peserta diklat untuk melakukan pelatihan desain grafis. Tidak cukup hanya mengikuti pelatihan desain grafis namun sekaligus harus dapat mengidentifikasi kekuatan dan potensi yang dimiliki masing-masing pelaku UMKM. Pengabdian menyarankan untuk memberikan pelatihan desain grafis yang dapat digunakan di masa depan kepada para pelaku UMKM yang masih muda dan mampu menggali potensi diri mereka mengenai sesuatu yang menginginkan hal-hal baru. Pada tahap ini, hasil dari setiap pertemuan pelatihan UMKM dikumpulkan dan mengidentifikasi serta menentukan potensi mereka.

Selanjutnya adalah tahap desain (Merancang) menggunakan aplikasi desain grafis. Setelah proses dream, langkah selanjutnya adalah merancang bagaimana acara tersebut dapat dilakukan. Pada tahap ini, tim pengabdian dan pelaku UMKM melakukan pelatihan dan belajar bersama di tempat yang sama. Diharapkan pelaku UMKM memperoleh pengetahuan yang jelas dan rinci pada tahap ini. Untuk mencapai hal ini, diperlukan waktu yang lama dan tentu saja mengikuti semua prosedur yang ada secara konsisten. Kemudian dilanjutkan dengan tahap Definisi atau Identifikasi. Di sinilah penyusun dan UMKM menentukan langkah selanjutnya untuk melaksanakan operasi. Selama pelatihan, tim pengabdian menyediakan beberapa komputer laptop sebagai alat bantu. Karena pelaku UMKM rata-rata tidak memiliki laptop dan hanya dapat menggunakan ponsel android mereka sendiri untuk belajar dan pelatihan mendesain. Pada dasarnya, desain ditentukan oleh nilai artistik dari desain grafis yang menarik yang mengandung nilai tertentu daripada kehadiran alat.

Tahap Destiny (melakukan) adalah rangkaian tindakan yang dilakukan oleh pelaku

UMKM dan tim pengabdian. Pelaku UMKM dan tim pengabdian saling berdiskusi tentang pemahaman mereka tentang desain adalah langkah pertama sebelum memulai proses. Salah satu cara untuk membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah dengan memberikan pelatihan kepada mereka. Untuk membuat promosi produk yang menarik, anda sebagai pelaku UMKM tidak memerlukan peralatan yang mahal namun dapat menggunakan peralatan yang mudah digunakan, atau waktu yang lebih singkat untuk mempelajarinya. Flyer, brosur, logo, dan desain iklan lainnya dirancang melalui sebuah aplikasi dan dengan mudah untuk melakukan desain menarik untuk mempromosikan produk mereka. Dengan demikian, mahasiswa pengabdian masyarakat IAIN Kediri membantu para pengusaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ini membuat desain iklan untuk produk mereka sendiri. Diharapkan peserta yang terdiri dari beberapa usaha kecil dan menengah (UMKM) dapat memiliki kemampuan untuk membuat setidaknya satu logo perusahaan dan brosur produk. Jika tidak memiliki kemampuan untuk mendesain dan membuat konten yang menarik maka dapat menggunakan aplikasi gratis yang tersedia untuk menawarkan berbagai template siap pakai dapat membantu anda. Canva adalah aplikasi online gratis yang memiliki banyak template untuk dipilih.

Para pelaku UMKM di Desa Sonorejo dilatih cara membuat desain grafis, terutama materi promosi produk. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberi mereka pengetahuan dan keterampilan untuk membuat desain grafis yang tepat yang mungkin belum mereka ketahui atau pelajari sebelumnya yang tentunya dapat meningkatkan ekonomi mereka. Ini akan dapat meningkatkan nilai jual mereka jika mau memanfaatkan aplikasi canva untuk mempromosikan produk para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Pelatihan diadakan di Gedung Serbaguna di Desa Sonorejo, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri. Kegiatan pelatihan diadakan pada tanggal 6 Agustus 2023, dengan narasumber saudara Norman Al Farisi sebagai narasumber atau pemateri. Pelatihan desain grafis poster ini diikuti oleh tiga puluh UMKM dari Desa Sonorejo dan berlangsung selama empat jam. Para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Sonorejo masih sangat muda dan mereka terus mau berusaha untuk mencapai yang terbaik. Didasarkan pada potensi dan peluang yang dimiliki pelaku UMKM, kekuatan dan rasio individu, hasil pemetaan masyarakat, dan peluang maka harapan untuk menjadi sukses dalam berwirausaha dapat dimunculkan ketika pada tahapan proses pendampingan.



Gambar 1. Pelatihan desain grafis poster dengan aplikasi canva

Aplikasi Canva adalah alat yang sangat bermanfaat untuk mengajarkan desain grafis poster. Ini memungkinkan pengguna membuat desain yang dapat digunakan di berbagai komputer tanpa memerlukan keterampilan desain grafis atau pengeditan video yang khusus. Seorang peserta dapat menjalankannya di perangkat tersebut dan mendapatkan hasil yang mereka inginkan. Pelatihan pengabdian kepada masyarakat membutuhkan sumber daya dan materi. Ada sejumlah perangkat yang termasuk perangkat lunak desain grafis, koneksi internet untuk mengunjungi situs web www.canva.com, dan printer yang dapat digunakan untuk mencetak desain.

Canva adalah aplikasi desain grafis yang memungkinkan anda menjadi lebih kreatif saat mendesain poster, presentasi, dan membuat konten visual lainnya. Aplikasi memungkinkan pengguna menggunakan berbagai foto sebagai ilustrasi untuk konten mereka, template siap pakai, font, serta ilustrasi lainnya untuk membantu kreativitas mereka dalam desain material. Langkah pertama untuk menggunakan aplikasi canva dengan mendaftarkan terlebih dahulu. Setelah mendaftar, pengguna dapat menggunakan fitur Canva. Fiturnya termasuk kumpulan template desain konten dan alat untuk membuat font, animasi, dan lainnya. Selain digunakan untuk mendesain konten media sosial, canva juga dapat digunakan untuk membuat desain lain, seperti logo yang dapat digunakan sebagai alat branding untuk bisnis yang sudah ada.

Konten yang perlu diisi oleh pengguna bagi pelaku UMKM ialah fokus promosi ke media social. Selain itu juga cara mendesain dan packaging yang menarik adalah hal terpenting untuk membuat konten lebih menarik dan bermakna dari sekedar gambar produk semata. Dengan memilih aplikasi di canva, pengguna dapat membuat konten dengan menggunakan banyak template yang tersedia. Dari template yang pengguna pilih, pengguna dapat menggunakan foto dan narasinya untuk mengubah desain konten.



Gambar 2. Dokumentasi seminar desain poster di Desa Sonorejo

Kesimpulan

Promosi adalah salah satu cara untuk berkomunikasi dengan calon pembeli agar produk dapat didistribusikan dengan baik dan membuatnya orang tertarik. Salah satu cara membuat promosi menarik menggunakan aplikasi canva. Penggerak UMKM dan Karang Taruna Desa Sonorejo melihat keadaan masyarakatnya Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kesulitan melakukan promosi. Untuk promosi, UMKM ini masih melakukan pemasaran secara manual (offline) dan hanya warga desa sekitar yang mengetahui dan membeli barang-barang UMKM tersebut. Oleh karena itu perlu dilakukan pelatihan terhadap warga desa sonorejo agar mampu membuat flyer dan poster mandiri menggunakan aplikasi canva dan mempromosikan produknya secara online. Pelatihan desain poster dan flyer diikuti oleh 30 UMKM dari Desa Sonorejo. Pelatihan diadakan di Gedung Serbaguna di Desa Sonorejo, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri. Kegiatan pelatihan diadakan pada tanggal 6 Agustus 2023, dengan narasumber saudara Norman Al Farisi sebagai narasumber atau pemateri. Hasilnya pelaku UMKM Desa Sonorejo dapat menjalankan aplikasi canva sekaligus menggunakan untuk membuat flyer promosi produk mereka. Berikutnya pelaku UMKM menjadi lebih tahu cara mengembangkan usahanya setelah mengikuti pelatihan tersebut terutama melakukan promosi secara online. Setelah mengikuti pelatihan ini, pengetahuan dan keahlian menjalankan aplikasi canva bermanfaat bagi pelaku UMKM pemula untuk mengembangkan bisnisnya pada era modern yang penuh persaingan.

Referensi

- Adi, M. S. (2020). *Membuat Desain Cantik dengan Mudah & Cepat Menggunakan Canva*. Marsudi Suwarna Adi.
- Annisa Cindy Maurina & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Terhadap Perdagangan Internasional. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 70–76. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i2.146>
- Arif, M., & Hardiyanti, H. (2021). Pengaruh Pembiayaan Mikro Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 3(2), Article 2. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tansiq/article/view/10525>
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Astawa, I. P. M., Pugra, I. W., & Suardani, M. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Lanjut Usia dengan Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) di Dusun Kawan Desa Bakas Kabupaten Klungkung. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.31940/bp.v8i2.108-116>
- Candra, A. S. I. C. & Hasan Ismail. (2023). Optimalisasi Pemberdayaan UMKM Tas Kulit Di Tanggulangin Berbasis Digital Marketing. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 20(1), 126–139. <https://doi.org/10.59050/jian.v20i1.198>
- Canton, H. (2021). Asian Development Bank—ADB. In *The Europa Directory of International Organizations 2021* (23rd ed.). Routledge.
- Coccia, M. (2021). The relation between length of lockdown, numbers of infected people and deaths of Covid-19, and economic growth of countries: Lessons learned to cope with future pandemics similar to Covid-19 and to constrain the deterioration of economic system. *Science of The Total Environment*, 775, 145801. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2021.145801>
- Dambiski Gomes De Carvalho, G., Resende, L. M. M. D., Pontes, J., Gomes De Carvalho, H., & Mendes Betim, L. (2021). Innovation and Management in MSMEs: A Literature Review of Highly Cited Papers. *SAGE Open*, 11(4), 215824402110525. <https://doi.org/10.1177/21582440211052555>
- Dhar, U. (2021). Asian Development Bank (ADB), Asian Development Outlook 2020: What Drives Innovation in Asia? *Journal of Asian Economic Integration*, 3(1), 98–100. <https://doi.org/10.1177/2631684620982127>
- García, I. (2020). Asset-Based Community Development (ABCD): Core principles. In R. Phillips, E. Trevan, & P. Kraeger (Eds.), *Research Handbook on Community Development*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788118477.00010>

- Gong, Y., Liu, X., Zheng, Y., Mei, H., Que, J., Yuan, K., Yan, W., Shi, L., Meng, S., Bao, Y., & Lu, L. (n.d.). *Frontiers | COVID-19 Induced Economic Slowdown and Mental Health Issues*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.777350>
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 1–19. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.18575>
- Hu, S., & Li, R. (2021). Investigating the Effects of the United States' Economic Slowdown Related to the COVID-19 Pandemic on Energy Consumption in Other Countries—A Global Vector Autoregressive Model. *Energies*, 14(11), 2984. <https://doi.org/10.3390/en14112984>
- Indrajaya, T., Primasyah, D., Yulianti, S., Rosmiati, E., & Sova, M. (2022). PERAN E - BISNIS DALAM PENGEMBANGAN UMKM. *JURNAL ECONOMINA*, 1(2), 239–247. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.73>
- Larios-Francia, R. P., & Ferasso, M. (2023). The relationship between innovation and performance in MSMEs: The case of the wearing apparel sector in emerging countries. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100018. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100018>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Rahayu, P. R., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha terhadap Perkembangan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 448–456. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23415>
- Rahmawati, Setiawan, E. A., & Fadhillah, M. (2023). Strategis Promosi Digital Marketing Pada Distributor Keramik Di Yogyakarta. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 2(4), Article 4. <https://doi.org/10.55826/tmit.v2i4.286>
- Reken, F., Modding, B., & Dewi, R. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar. *Tata Kelola*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.52103/jtk.v11i1.144>
- Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen) | Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/988>
- Rosyana, N., & Soelistyo, A. (2020). Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Manufaktur Besar Dan Sedang Pada Tingkat Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Timur

- (2017-2019). *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 4(4), 723–731. <https://doi.org/10.22219/jie.v4i4.13636>
- Rukmana, A. Y., Zebua, R. S. Y., Sepriano, Aryanto, D., Nur'Aini, I., Ardiansyah, W., Adhicandra, I., Hartatik, & Setiawan, Z. (2023). *DUNIA MULTIMEDIA: Pengenalan dan Penerapannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Saehan, A., Kusmanto, K., Suryadi, S., & Pohan, T. H. (2023). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.58369/jpmg.v3i2.129>
- Salam, R., & Kho, A. (2023). Pengaruh Manajemen Pemasaran Virtual Terhadap Produk UMKM. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.33050/mentari.v1i2.272>
- Satiti, W. S., Umardiyah, F., Hidayatulloh, F., Munfarida, N. F., Fatmawati, M., & Hanafi, A. (2022). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva untuk Remaja di Desa Kalikejambon. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.32764/abdimasif.v3i3.3260>
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). *Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk UKM*. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>
- Simarmata, F. T. A., Kasih, D. H., Yasmin, A., Yuswar, B. W., & Putri, R. A. (2021). Workshop Desain Grafis Guna Meningkatkan Kemampuan Dan Kreativitas Remaja Masjid Nurul Huda Menggunakan Photoshop. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat (J-IBM)*, 1(2), 37–45. <https://doi.org/10.55537/jibm.v1i2.9>
- 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), Article 2. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8099>
- Syahri, U. L. M. A., Huda, M. S., & Na'mah, U. (2024). Pendampingan Sertifikasi Halal dan Nomor Izin Berusaha pada Produk untuk Meningkatkan Pengembangan UMKM Keripik Gadung di Dusun Kacangan-Ngaglik Desa Kandangan. *NAJWA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.30762/najwa.v2i1.202>
- Syamsari, S., Maarif, M. S., Anggraeni, E., & Amanah, S. (2022). Characteristics of Fishery Industry MSMEs in Takalar Regency that are Resistant to Interferences in Uncertainty Era. *Journal of Social Science*, 3(4), 851–863. <https://doi.org/10.46799/jss.v3i4.374>
- Wahyuningsih, N., & Djuwita, D. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Untuk Mendukung Pengembangan Desa Padabeunghar Menjadi Desa Penyangga Wisata. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), Article 1.

<https://doi.org/10.24235/dimasejati.v4i1.10819>

- Wang, Q., & Han, X. (2021). Spillover effects of the United States economic slowdown induced by COVID-19 pandemic on energy, economy, and environment in other countries. *Environmental Research*, 196, 110936. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2021.110936>
- Wardhanie, ayouvi P., Fahminnansih, F., & Rahmawati, E. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis dan Promosi Produk pada Sekolah Islami berbasis Kewirausahaan. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.37802/society.v2i1.170>
- Widayanti, L., Kala'lembang, A., Rahayu, W. A., Riska, S. Y., & Sapoetra, Y. A. (2021). Edukasi Pembuatan Desain Grafis Menarik Menggunakan Aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.32815/jpm.v2i2.813>
- Windusancono, B. A. (2023). UPAYA PERCEPATAN PERTUMBUHAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA. *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang*, 18(1), Article 1. <https://doi.org/10.56444/mia.v18i1.557>
- Yatminiwati, M., Setyobakti, Moh. H., Sulistyan, R. B., & Ermawati, E. (2022). Social Entrepreneurship In MSME Development. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 2(3), 239–243. <https://doi.org/10.38142/ijesss.v2i3.111>