

PEMBERDAYAAN UMKM DESA SUKOREJO MELALUI PELATIHAN DESAIN GRAFIS BERBASIS CANVA UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL

Anisa Zahra Aprilia, Ari Setianingsih, Dimas Saputro, Fathin Aulia F. , Laeya Atqiya, M. Fahmi Nur Ilman, Nanda Aulia, Tari Maulidina Ariyani, Windi Oktaviyani, Shofiyulloh

Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Islam
Negeri Sunan Gunung Djati, Indonesia
kknsukorej o85@ gmail. com

ABSTRAK

UMKM memiliki peranan penting dalam menggerakkan ekonomi lokal, namun banyak pelaku yang masih menemui tantangan dalam bidang pemasaran digital, terutama dalam hal keterampilan desain grafis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan untuk meningkatkan kemampuan UMKM melalui pelatihan desain menggunakan aplikasi Canva, yang dipilih karena mudah digunakan, praktis, dan memiliki aksesibilitas yang baik. Metode yang diterapkan merujuk pada pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) dengan beberapa tahap yaitu penemuan, impian, desain, definisi, dan takdir. Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa peserta dapat membuat desain poster, katalog, dan konten media sosial secara mandiri. Peningkatan kualitas visual dalam promosi ini akan meningkatkan daya tarik konsumen dan mendorong para pelaku UMKM untuk lebih aktif dalam memasarkan produk secara online. Dengan cara ini, Canva bisa menjadi alat strategis untuk memperkuat daya saing UMKM di zaman digital.

Kata Kunci: UMKM, Canva, desain grafis, pemasaran digital

ABSTRACT

MSMEs have an important role in driving the local economy, but many actors still face challenges in the field of digital marketing, especially in terms of graphic design skills. This community service activity was organized to improve the ability of MSMEs through design training using the Canva application, which was chosen because it was easy to use, practical, and had good accessibility. The method applied refers to the approach of Asset Based Community Development (ABCD) with several stages, namely discovery, Dream, Design, Definition, and Destiny. The results of the training show that participants can create poster designs, catalogs, and social media content independently. Improved visual quality in this promotion will increase consumer appeal and encourage MSMEs to be more active in marketing products online. In this way, Canva can be a strategic tool to strengthen the competitiveness of MSMEs in the digital age.

Keywords : MSMEs, Canva, graphic design, digital marketing

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang signifikan dalam ekonomi Indonesia, terutama di kawasan perdesaan. Usaha mikro, kecil, dan menengah berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, sekaligus menciptakan lapangan kerja dan mempertahankan kestabilan ekonomi di tingkat lokal. Contohnya di Desa Sukorejo, ada berbagai usaha kecil seperti makanan olahan, kerajinan tangan, hingga produk rumah tangga yang punya peluang besar untuk berkembang. Potensi ini bisa dimaksimalkan dengan strategi pemasaran yang tepat, agar bisa bersaing di tengah perubahan digitalisasi yang semakin cepat.

Namun, sebagian besar pelaku UMKM di Sukorejo masih menggunakan metode promosi tradisional, seperti promosi dari mulut ke mulut atau menunggu pembeli datang sendiri. Pola ini terbukti kurang efektif dalam menghadapi perubahan perilaku belanja masyarakat yang kini lebih sering mencari informasi dan membeli melalui internet serta media sosial. Pemasaran digital tidak hanya memerlukan akun media sosial, tetapi juga kemampuan untuk menciptakan konten yang menarik, konsisten, dan mampu membangun citra positif produk. Di sini, tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM di Sukorejo adalah kurangnya pengetahuan serta keterampilan dalam merancang materi promosi sesuai dengan permintaan pasar modern.

Meski demikian, perkembangan teknologi telah membawa berbagai platform sederhana yang bisa membantu mengatasi permasalahan tersebut. Salah satunya adalah Canva, aplikasi desain grafis online yang menyediakan berbagai fitur yang praktis, mudah digunakan, dan tidak memerlukan keahlian desain ahli. Dengan memanfaatkan Canva, pelaku UMKM berpeluang meningkatkan kualitas visual promosi produk, sehingga bisa bersaing lebih baik di dunia digital. Berdasarkan kondisi tersebut, kelompok Kuliah Kerja Nyata (KKN) 85 UIN SAIZU Purwokerto di Desa Sukorejo melakukan pelatihan desain grafis berbasis Canva.

Kegiatan ini bukan hanya fokus pada peningkatan keterampilan teknis seperti membuat poster, katalog, dan konten media sosial, tetapi juga bertujuan untuk membangun kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mengelola strategi pemasaran sendiri. Diharapkan program ini dapat membantu produk lokal Sukorejo tampil lebih profesional, menjangkau pasar yang lebih luas, serta memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing ekonomi desa. Selain memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, kegiatan ini juga menjadi bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, terutama di bidang pengabdian kepada masyarakat. Dengan demikian, KKN bukan hanya dianggap sebagai rutinitas akademik tahunan, tetapi juga sebagai sarana nyata bagi mahasiswa untuk berkontribusi dalam pembangunan dan pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal.

METODE

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sebagai bagian dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa di Desa Sukorejo. Pendekatan yang digunakan adalah pemberdayaan masyarakat secara partisipatif, di mana pelaku UMKM tidak hanya menjadi penerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi hasil.

1. Lokasi dan Waktu

Kegiatan dilaksanakan di Desa Sukorejo, Kecamatan Mojotengah Kabupaten Wonosobo selama periode KKN bulan Juli–Agustus 2025. Balai Desa Sukorejo dipilih sebagai lokasi utama pelatihan karena mudah diakses oleh seluruh peserta dan memiliki fasilitas yang memadai untuk kegiatan pelatihan.

2. Sasaran Kegiatan

Peserta kegiatan adalah pelaku UMKM lokal yang bergerak di bidang kuliner, kerajinan tangan, dan produk rumah tangga. Jumlah peserta sebanyak 38 orang, dengan latar belakang kemampuan digital yang beragam. Pemilihan sasaran ini didasarkan pada hasil survei awal yang menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Sukorejo belum optimal dalam memanfaatkan media digital untuk promosi.

3. Tahapan Kegiatan

Pelaksanaan program mengikuti beberapa tahapan sistematis sebagai berikut:

A. Observasi Awal

Mahasiswa melakukan survei lapangan dan wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi permasalahan utama dalam pemasaran produk, khususnya terkait promosi digital dan keterampilan desain grafis.

B. Penyusunan Materi

Tim KKN menyiapkan modul pelatihan yang berfokus pada penggunaan aplikasi Canva, disusun dengan bahasa sederhana dan dilengkapi contoh desain agar mudah dipahami oleh peserta dengan keterampilan dasar.

C. Pelatihan Tatap Muka

Pelatihan dilaksanakan di Balai Desa dengan kombinasi metode ceramah singkat, demonstrasi penggunaan Canva, dan praktik langsung. Peserta didampingi untuk memahami fitur dasar Canva dan cara membuat desain promosi digital.

D. Praktik Mandiri

Peserta diberi kesempatan untuk merancang desain promosi produk secara mandiri. Mahasiswa berperan sebagai fasilitator dengan memberikan bimbingan teknis dan arahan kreatif.

E. Evaluasi dan Umpan Balik

Hasil desain yang dibuat peserta dipresentasikan di akhir kegiatan. Tim KKN memberikan evaluasi berupa masukan terkait aspek visual, konsistensi pesan, serta kesesuaian dengan karakter produk.

4. Pendekatan

Metode pembelajaran yang digunakan adalah praktik langsung berbasis pengalaman (*experiential learning*). Dengan pendekatan ini, peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga menghasilkan produk desain berupa poster, katalog, dan konten media sosial yang dapat langsung dimanfaatkan untuk promosi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) 85 UIN SAIZU Purwokerto di Desa Sukorejo, yang menitikberatkan pada pelatihan desain grafis menggunakan Canva, telah menghasilkan dampak yang berarti dalam memperkuat kapasitas pemasaran digital bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di area tersebut. Penilaian menyeluruh mengenai

inisiatif ini menunjukkan perubahan yang nyata dalam cara penyampaian materi promosi untuk UMKM, serta peningkatan motivasi dan keyakinan para pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital.

Sebelum pelaksanaan pelatihan, gambaran pemasaran UMKM di Sukorejo didominasi oleh metode konvensional. Sebagian besar pelaku usaha mengandalkan foto produk yang sederhana, sering kali diambil dengan cahaya yang kurang baik dan tata letak yang kurang menarik. Desain iklan yang ada sering kali tampak sederhana, bahkan bisa dikatakan kurang berkelas, karena tidak memperhatikan prinsip-prinsip dasar dalam desain grafis seperti penggunaan warna, jenis huruf, dan penataan yang efisien. Sebagai akibatnya, materi promosi itu tidak cukup menarik perhatian konsumen dan sulit bersaing dengan produk lain yang memiliki tampilan visual yang lebih profesional.

Namun, setelah menyelesaikan pelatihan Canva, peserta menunjukkan perkembangan yang luar biasa. Mereka sukses menguasai berbagai fitur aplikasi Canva, seperti memilih template yang tepat, mengedit gambar produk, menambahkan teks informatif, hingga mengatur keseluruhan tata letak desain. Sebagai hasilnya, mereka berhasil membuat poster produk yang lebih menarik, katalog sederhana yang informatif, serta konten media sosial yang sesuai dengan identitas visual tiap UMKM.

Peningkatan keterampilan desain ini tidak hanya memperbaiki tampilan materi promosi, tetapi juga meningkatkan kegiatan pemasaran digital para UMKM secara keseluruhan. Beberapa peserta mulai lebih aktif dalam mengunggah konten promosi yang lebih menarik dan terorganisir di media sosial, terutama di Instagram dan Facebook yang banyak digunakan oleh konsumen. Mereka juga memanfaatkannya untuk memperbaharui penampilan situs jualan mereka, menghasilkan materi yang lebih menarik, serta menjalankan kampanye iklan yang lebih efisien. Selain itu, beberapa peserta mencetak desain yang telah mereka buat dalam bentuk materi fisik seperti brosur, spanduk, dan kartu nama untuk memperluas cakupan promosi mereka di dunia nyata.

Salah satu dampak terbesar dari program pelatihan ini adalah meningkatkan semangat dan rasa percaya diri para pelaku UMKM dalam memasarkan produk mereka secara digital. Sebelumnya, banyak dari mereka merasa kurang percaya diri dan ragu untuk bersaing dengan produk lain terutama produk dari merek besar yang memiliki dana iklan lebih besar. Namun, setelah sukses menciptakan desain promosi yang eye-catching dan menerima umpan balik yang baik dari pelanggan, mereka mulai merasa lebih percaya diri untuk memasarkan produk mereka secara aktif dan bersaing dengan lebih efektif. Beberapa peserta bahkan berencana untuk terus mengembangkan keterampilan desain mereka dengan mengikuti pelatihan online, belajar tutorial desain lainnya, atau menyewa jasa desainer profesional untuk bantuan dalam membuat materi promosi yang lebih rumit.

Berdasarkan kondisi itu, kelompok Kuliah Kerja Nyata (KKN) 85 UIN SAIZU Purwokerto di Desa Sukorejo menyelenggarakan program pelatihan desain grafis menggunakan aplikasi Canva. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dalam membuat poster, katalog, dan konten media sosial, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri para pelaku UMKM dalam mengelola strategi promosi secara mandiri. Program ini diharapkan dapat membantu produk lokal Sukorejo terlihat lebih profesional, menjangkau pasar yang lebih luas, serta memberikan kontribusi

nyata dalam meningkatkan daya saing ekonomi desa. Selain memberikan keuntungan langsung kepada masyarakat, aktivitas ini juga merupakan cara untuk menerapkan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam hal pengabdian kepada masyarakat. Dengan demikian, KKN tidak hanya dianggap sebagai rutinitas akademik tahunan, tetapi juga menjadi sarana nyata bagi mahasiswa untuk berkontribusi dalam pembangunan dan pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat melalui pelatihan desain grafis berbasis Canva telah berhasil meningkatkan kapasitas pemasaran digital UMKM di Desa Sukorejo. Peserta mampu menghasilkan materi promosi visual yang lebih menarik dan profesional, meningkatkan kepercayaan diri dalam pemasaran digital, serta memotivasi mereka untuk lebih aktif memanfaatkan platform digital. Canva terbukti menjadi alat yang efektif dalam memberdayakan UMKM untuk bersaing di era digital, meskipun tantangan seperti keterbatasan akses internet dan tingkat literasi digital perlu diatasi untuk keberlanjutan program.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2020). *Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia dan Strategi Pengembangan Digital*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Sari, R., & Wulandari, D. (2021). Pemanfaatan aplikasi Canva dalam pengembangan konten promosi digital UMKM. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 4(2), 87-94.
- Susanti, L., & Putra, A. (2019). Peningkatan kapasitas SDM UMKM melalui pelatihan pemasaran digital di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 45-52.
- Kurniawan, H. (2022). *Desain grafis untuk pemula: Panduan praktis menggunakan Canva*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Puspitasari, D., & Wijaya, T. (2020). Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) dalam pemberdayaan UMKM di desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(3), 120-130.
- Putri, N., & Rahmat, M. (2021). Strategi pemasaran digital pada UMKM: Studi kasus di wilayah perkotaan dan pedesaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 99-108.

DOKUMENTASI



Seminar Pelatihan Desain Grafis



UMKM Bakso Bogelan



UMKM Teras Jajan

