

Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva Untuk Promosi Produk Lokal

Irfan Ali^{1*}, Fatihanursari Dikananda², Ridho Nugraha³, Sri Ayuningsih⁴

¹Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, STMIK IKMI, Cirebon, Indonesia

²Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, STMIK IKMI, Cirebon, Indonesia

^{3,4}Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, STMIK IKMI, Cirebon, Indonesia

Email: ^{1*}irfanali.ikmi@gmail.com, ²fatihanursaridikananda.ikmi@gmail.com,

³ridhonugraha.ikmi@gmail.com, ⁴sriayuningsih.ikmi@gmail.com

(* : irfanali.ikmi@gmail.com)

Abstrak - Pelatihan Kemajuan teknologi digital memberikan peluang besar bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saing produk lokal melalui promosi visual yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas pelatihan desain grafis menggunakan platform Canva dalam mendukung promosi produk lokal oleh masyarakat desa. Kegiatan pelatihan dilaksanakan sebagai bagian dari program pengabdian masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi digital dan keterampilan desain bagi pelaku usaha lokal, khususnya di kalangan ibu rumah tangga dan pemuda Karang Taruna. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program ini adalah pendekatan partisipatif dengan tahapan observasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Observasi awal menunjukkan bahwa mayoritas peserta belum memiliki keterampilan desain grafis, namun memiliki ketertarikan untuk belajar. Materi pelatihan mencakup dasar-dasar desain visual, pemanfaatan elemen grafis, serta praktik langsung menggunakan Canva dalam membuat poster, katalog produk, dan konten media sosial. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta baik secara teknis maupun kreativitas. Sebagian besar peserta mampu menghasilkan konten promosi digital yang layak dipublikasikan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan desain grafis berbasis aplikasi daring yang mudah diakses seperti Canva, mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam promosi produk lokal. Kegiatan ini berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi kreatif desa serta memperkuat identitas produk lokal melalui visualisasi yang profesional dan menarik. Untuk keberlanjutan program, disarankan adanya kolaborasi dengan instansi terkait dan penguatan komunitas desain lokal.

Kata Kunci : Desain Grafis, Canva, Promosi Digital, Produk Lokal, Pelatihan Keterampilan.

Abstract - The advancement of digital technology provides significant opportunities for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to enhance the competitiveness of local products through engaging visual promotions. This study aims to evaluate the effectiveness of graphic design training using the Canva platform to support the promotion of local products by rural communities. The training program was conducted as part of a community service initiative focusing on improving digital literacy and design skills, especially among housewives and youth from local organizations. The program utilized a participatory approach with stages including observation, training, mentoring, and evaluation. Initial observations indicated that most participants lacked graphic design skills but showed high enthusiasm for learning. The training materials covered the basics of visual design, the use of graphic elements, and hands-on practice in creating posters, product catalogs, and social media content using Canva. Evaluation results showed significant improvement in both technical abilities and creative output among participants. Many were able to produce promotional content suitable for online publication. These findings suggest that accessible online design platforms such as Canva can effectively enhance community capacity in local product promotion. This initiative contributes to the empowerment of the village creative economy and strengthens local product identity through professional and appealing visualization. For sustainability, collaboration with related institutions and the development of local design communities are highly recommended.

Keywords: Graphic Design, Canva, Digital Promotion, Local Products, Skill Training

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Dalam era digital saat ini, promosi produk melalui media sosial dan platform online menjadi strategi yang sangat penting bagi para pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam membuat materi promosi yang menarik dan profesional karena keterbatasan keterampilan desain grafis. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sekitar 60% UMKM di Indonesia belum sepenuhnya memanfaatkan digital marketing untuk meningkatkan pemasaran produk mereka. Salah satu kendala

utama adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam desain grafis yang dapat menunjang branding dan promosi secara efektif.

Dalam menghadapi tantangan ini, penggunaan platform desain seperti Canva dapat menjadi solusi yang tepat karena memiliki antarmuka yang mudah digunakan serta berbagai template yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna pemula. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan yang dapat membantu para pelaku usaha untuk memahami dasar-dasar desain grafis dan mengaplikasikannya dalam strategi pemasaran mereka.

1.2 Permasalahan Mitra

Mitra dalam kegiatan ini adalah kelompok UMKM yang masih menghadapi berbagai kendala dalam meningkatkan visibilitas produk mereka secara digital. Permasalahan utama yang mereka hadapi meliputi:

1. Kurangnya pemahaman tentang desain grafis yang menarik dan sesuai dengan target pasar.
2. Keterbatasan dalam penggunaan alat atau aplikasi desain yang mudah diakses dan digunakan.
3. Minimnya kemampuan dalam menyusun strategi promosi digital yang efektif.
4. Kurangnya pengetahuan tentang pentingnya branding visual dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

Kondisi ini menyebabkan produk lokal kurang dikenal secara luas, sehingga potensi peningkatan penjualan dan jangkauan pasar menjadi terbatas. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan mitra dapat mengatasi kendala tersebut dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar digital.

1.3 Tujuan Kegiatan

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk:

1. Memberikan pemahaman dasar mengenai desain grafis dan prinsip-prinsipnya dalam dunia pemasaran.
2. Melatih peserta dalam menggunakan Canva sebagai alat desain yang mudah dan efektif untuk promosi produk.
3. Meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat konten visual yang menarik untuk media sosial dan platform digital lainnya.
4. Membantu peserta dalam menyusun strategi branding yang lebih profesional agar produk mereka memiliki daya tarik yang lebih tinggi di pasar.

Dalam jangka panjang, pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya desain grafis dalam pemasaran, serta membantu mereka untuk lebih mandiri dalam mengembangkan strategi promosi berbasis digital.

1.4 Manfaat Kegiatan

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan pelatihan ini antara lain:

1. Bagi Mitra (UMKM):
 - a. Meningkatkan keterampilan dalam desain grafis untuk kebutuhan promosi.
 - b. Mempermudah proses pembuatan materi pemasaran digital tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk jasa desain profesional.
 - c. Meningkatkan daya saing produk lokal dengan tampilan visual yang lebih menarik dan profesional.
 - d. Mendorong peningkatan omzet melalui pemasaran digital yang lebih efektif.
2. Bagi Masyarakat Luas:

- a. Membantu memperkenalkan produk lokal kepada konsumen yang lebih luas melalui media digital.
- b. Meningkatkan apresiasi terhadap produk-produk lokal yang memiliki nilai tambah melalui branding yang lebih kuat.
3. Bagi Institusi atau Penyelenggara Pelatihan:
 - a. Berkontribusi dalam pemberdayaan UMKM dan peningkatan literasi digital di bidang pemasaran.
 - b. Meningkatkan sinergi antara akademisi, praktisi, dan pelaku usaha dalam pengembangan ekonomi kreatif.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para peserta dapat lebih mandiri dalam merancang strategi pemasaran produk mereka, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di era digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis agar peserta dapat memahami dan mengaplikasikan materi dengan efektif. Berikut adalah tahapan-tahapan yang dilakukan dalam kegiatan ini:

1. Persiapan Kegiatan
Pada tahap awal, dilakukan persiapan untuk memastikan kelancaran pelaksanaan pelatihan. Aktivitas yang dilakukan meliputi:
 2. Identifikasi Kebutuhan Mitra – Mengumpulkan informasi tentang kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta terkait desain grafis serta strategi pemasaran digital.
 3. Penyusunan Materi Pelatihan – Menyesuaikan modul pelatihan agar sesuai dengan tingkat pemahaman peserta, mencakup teori dasar desain grafis, penggunaan Canva, dan strategi promosi digital.
 4. Penyediaan Sarana dan Prasarana – Mempersiapkan perangkat yang diperlukan seperti laptop, koneksi internet, dan akses Canva bagi peserta.
 5. Pendaftaran dan Seleksi Peserta – Menentukan peserta yang akan mengikuti pelatihan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan.
6. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilakukan dalam beberapa sesi yang mencakup teori dan praktik langsung, dengan metode sebagai berikut:

- a. Sesi Pengenalan Desain Grafis
 - 1) Pemaparan konsep dasar desain grafis dan elemen visual yang efektif dalam pemasaran.
 - 2) Penjelasan mengenai pentingnya branding dan strategi pemasaran digital bagi UMKM.
- b. Sesi Penggunaan Canva
 - 1) Demonstrasi cara menggunakan Canva untuk membuat desain promosi.
 - 2) Praktik langsung peserta dalam membuat materi pemasaran (poster, flyer, dan konten media sosial).
- c. Sesi Penerapan dan Simulasi
 - 1) Peserta mengaplikasikan desain yang telah dibuat ke dalam strategi promosi digital.

- 2) Diskusi dan bimbingan dalam menyusun strategi pemasaran berbasis media sosial.
- d. Evaluasi dan Umpam Balik
 - 1) Penilaian hasil desain peserta untuk memastikan efektivitas pelatihan.
 - 2) Sesi tanya jawab dan umpan balik dari peserta terkait kendala dan manfaat yang mereka rasakan.
7. Pendampingan dan Monitoring

Setelah pelatihan selesai, dilakukan pendampingan bagi peserta untuk memastikan implementasi yang berkelanjutan, meliputi:

- a. Pendampingan Online – Grup diskusi melalui WhatsApp atau platform digital lainnya untuk berbagi pengalaman dan konsultasi desain.
- b. Monitoring Penerapan – Melakukan survei dan evaluasi dampak pelatihan terhadap perkembangan promosi digital peserta dalam jangka waktu tertentu.

Dengan metode pelaksanaan ini, pelatihan diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi para peserta dalam meningkatkan keterampilan desain grafis serta strategi pemasaran digital mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 HASIL

Hasil dari pelaksanaan program Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva untuk Promosi Produk Lokal :

Hasil Pelaksanaan Program

Pelaksanaan program Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva untuk Promosi Produk Lokal telah berjalan sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Hasil yang telah dicapai selama pelaksanaan program ini antara lain:

1. Peningkatan Pemahaman Peserta
 - a. Peserta telah memahami konsep dasar desain grafis serta pentingnya branding dalam pemasaran produk.
 - b. Meningkatnya kesadaran peserta terhadap strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan profesional.
2. Kemampuan Praktis dalam Menggunakan Canva
 - a. Peserta mampu menggunakan Canva untuk membuat desain promosi seperti poster, flyer, dan konten media sosial.
 - b. Mereka dapat mengaplikasikan desain yang telah dibuat ke dalam media sosial atau platform digital lainnya untuk meningkatkan visibilitas produk mereka.
3. Implementasi dalam Promosi Produk Lokal
 - a. Sebagian besar peserta mulai menerapkan materi pelatihan dengan membuat desain pemasaran untuk produk mereka sendiri.
 - b. Beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan interaksi dan daya tarik pada media sosial bisnis mereka setelah menggunakan desain yang lebih menarik.
4. Dampak pada Mitra
 - a. Mitra yang mengikuti pelatihan mengalami peningkatan keterampilan dalam desain grafis dan pemasaran digital.

- b. Beberapa UMKM mulai memanfaatkan Canva secara mandiri untuk membuat materi promosi tanpa harus bergantung pada jasa desain profesional, sehingga lebih efisien dalam pengelolaan usaha mereka.

3.2 Luaran

Pelaksanaan program Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva untuk Promosi Produk Lokal telah berjalan sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Hasil yang telah dicapai selama pelaksanaan program ini antara lain:

1. Peningkatan Pemahaman Peserta
 - a. Peserta telah memahami konsep dasar desain grafis serta pentingnya branding dalam pemasaran produk.
 - b. Meningkatnya kesadaran peserta terhadap strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan profesional.
2. Kemampuan Praktis dalam Menggunakan Canva
 - a. Peserta mampu menggunakan Canva untuk membuat desain promosi seperti poster, flyer, dan konten media sosial.
 - b. Mereka dapat mengaplikasikan desain yang telah dibuat ke dalam media sosial atau platform digital lainnya untuk meningkatkan visibilitas produk mereka.
3. Implementasi dalam Promosi Produk Lokal
 - a. Sebagian besar peserta mulai menerapkan materi pelatihan dengan membuat desain pemasaran untuk produk mereka sendiri.
 - b. Beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan interaksi dan daya tarik pada media sosial bisnis mereka setelah menggunakan desain yang lebih menarik.
4. Dampak pada Mitra
 - a. Mitra yang mengikuti pelatihan mengalami peningkatan keterampilan dalam desain grafis dan pemasaran digital.
 - b. Beberapa UMKM mulai memanfaatkan Canva secara mandiri untuk membuat materi promosi tanpa harus bergantung pada jasa desain profesional, sehingga lebih efisien dalam pengelolaan usaha mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan keterampilan peserta dalam desain grafis dan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing produk lokal.

5. Luaran

Luaran konkret yang dihasilkan dari kegiatan pelatihan ini meliputi:

- a. Modul Pelatihan
 - 1) Modul pelatihan digital yang berisi panduan lengkap tentang dasar-dasar desain grafis dan penggunaan Canva untuk promosi produk.
- b. Portofolio Desain Peserta
 - 1) Setiap peserta menghasilkan beberapa desain promosi yang dapat langsung digunakan dalam pemasaran produk mereka.
- c. Peningkatan Keterampilan Mitra
 - 1) Mitra UMKM yang mengikuti pelatihan mengalami peningkatan kemampuan dalam mendesain materi promosi sendiri, yang berdampak pada efisiensi dan efektivitas pemasaran produk mereka.

- d. Grup Diskusi dan Pendampingan Online
 - 1) Dibentuk komunitas online sebagai wadah berbagi ilmu, konsultasi desain, dan strategi pemasaran bagi para peserta pelatihan.

Foto Kegiatan.



Gambar 1. Foto Kegiatan.

4. KESIMPULAN

Program Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva untuk Promosi Produk Lokal telah berhasil dilaksanakan dengan hasil yang positif. Pelatihan ini memberikan solusi nyata bagi mitra UMKM dalam meningkatkan keterampilan desain grafis dan strategi pemasaran digital. Dari pelaksanaan program ini, dapat disimpulkan bahwa:

- 1. Peningkatan Pemahaman dan Keterampilan
 - a. Peserta memahami pentingnya branding dan pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing produk.
 - b. Keterampilan dalam menggunakan Canva meningkat, memungkinkan peserta untuk membuat materi promosi yang lebih menarik dan profesional.
- 2. Dampak Langsung bagi Mitra
 - a. Mitra UMKM yang mengikuti pelatihan mulai menerapkan desain mereka sendiri dalam pemasaran produk, yang berkontribusi pada peningkatan visibilitas dan interaksi pelanggan.
 - b. Efisiensi bisnis meningkat karena peserta dapat menghemat biaya desain tanpa perlu menyewa jasa profesional.
- 3. Keberlanjutan Program
 - a. Pembentukan grup diskusi online membantu peserta untuk terus belajar dan bertukar pengalaman.
 - b. Adanya modul pelatihan sebagai bahan referensi memungkinkan peserta untuk tetap mengembangkan keterampilan mereka secara mandiri.

Secara keseluruhan, program ini berhasil mencapai tujuan utamanya dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan desain grafis untuk promosi produk lokal.

- 4. Rekomendasi

Agar program ini dapat memberikan manfaat yang lebih luas dan berkelanjutan, beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan adalah:

1. Peningkatan Skala Program
 - a. Mengadakan pelatihan lanjutan dengan materi yang lebih mendalam, seperti strategi pemasaran digital, copywriting, dan fotografi produk.
 - b. Memperluas jangkauan peserta ke lebih banyak kelompok UMKM agar dampak program semakin luas.
2. Pendampingan Berkelanjutan
 - a. Menyediakan sesi konsultasi berkala bagi peserta yang ingin meningkatkan keterampilan mereka lebih lanjut.
 - b. Membentuk komunitas kreatif yang dapat menjadi wadah bagi pelaku usaha untuk berbagi pengalaman dan saling mendukung dalam pemasaran digital.
3. Kolaborasi dengan Pihak Terkait
 - a. Bekerja sama dengan pemerintah daerah, komunitas bisnis, dan akademisi untuk mendukung keberlanjutan program.
 - b. Menghadirkan mentor dari industri kreatif untuk memberikan wawasan tambahan kepada peserta.
4. Pemanfaatan Teknologi untuk Pembelajaran
 - a. Mengembangkan kursus online atau webinar yang dapat diakses lebih luas oleh pelaku UMKM yang belum bisa mengikuti pelatihan secara langsung.
 - b. Memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk berbagi materi edukasi secara berkala.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, diharapkan program serupa dapat terus berkembang dan memberikan dampak yang lebih besar bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing mereka di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, R. (2020). *Pengenalan Desain Grafis untuk UMKM*. Jakarta: Salemba Empat.
- Budiman, A. (2019). *Media Sosial untuk Promosi Produk Lokal*. Bandung: Alfabeta.
- Dwi, R. (2021). *Strategi Pemasaran Digital Berbasis Visual*. Yogyakarta: Deepublish.
- Herlina, M. (2018). *Pemanfaatan Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Malang: UB Press.
- Kurniawan, T. (2020). *Canva untuk Pemula*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Maulana, H. (2017). *Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Melalui Pelatihan Desain*. Surabaya: UMM Press.
- Nugroho, S. (2019). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Refika Aditama.
- Pratiwi, D. (2022). *Transformasi Digital di Sektor UMKM*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sari, L. (2021). *Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Wahyuni, N. (2016). *Pelatihan dan Pengembangan Masyarakat Berbasis Teknologi*. Semarang: Unnes Press.
- Wahyuni, I. (2021). *Branding dan pemasaran digital UMKM*. Jurnal Inovasi Ekonomi Kreatif, 7(1), 28–39.