

## WORKSHOP DESIGN KONTEN PEMASARAN DIGITAL MENGUNAKAN CANVA

Uly Amrina<sup>1</sup>, Raden Adriyani Oktora<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Teknik Industri & Universitas Mercubuana, Jl. Raya Meruya Selatan Kembangan, Jakarta  
Email Correspondence: adriyani.oktora@mercubuana.ac.id

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk workshop oleh tim pelaksana dari Program Studi S1 Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Mercu Buana bekerja sama dengan Yayasan Budi Andhika Selaras. Tujuan dari kegiatan ini yaitu untuk membantu memberikan pengetahuan dan keterampilan serta melatih para pelaku usaha UMKM agar lebih kreatif dan mandiri dalam membuat konten Pemasaran Digital yang menarik dan efektif. Metode kegiatan ini meliputi 3 tahap yaitu tahap persiapan berupa identifikasi kebutuhan sasaran, tahap pelaksanaan workshop dan tahap evaluasi hasil kegiatan. Pada Kegiatan workshop ini menggunakan aplikasi *Canva*, yaitu aplikasi desain grafis yang *user-friendly* serta mudah penggunaannya, dan dinilai cocok untuk UMKM. Aplikasi ini dipraktekkan secara langsung dalam bentuk pelatihan pembuatan konten – konten seperti konten *flyer*, *leaflet*, spanduk, video promosi, dan lain-lain. Peserta yang mengikuti workshop ini adalah para pekerja UMKM di daerah Cinere sebanyak 26 peserta di bidang kosmetik, makanan, minuman, dan pakaian. Hasil dari kegiatan ini masing – masing peserta mampu membuat konten-konten pemasaran dengan menggunakan aplikasi *Canva* dengan beragam desain yang dihasilkan. Hasil evaluasi setelah kegiatan berlangsung, menunjukkan bahwa seluruh peserta merasa puas dan memberikan apresiasi yang baik pada kegiatan workshop ini. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara luas, baik secara akademis maupun dalam peningkatan kualitas UMKM di Indonesia.

**Kata Kunci** : Pemasaran Digital, *Canva*, Industri, UMKM.

### ABSTRACT

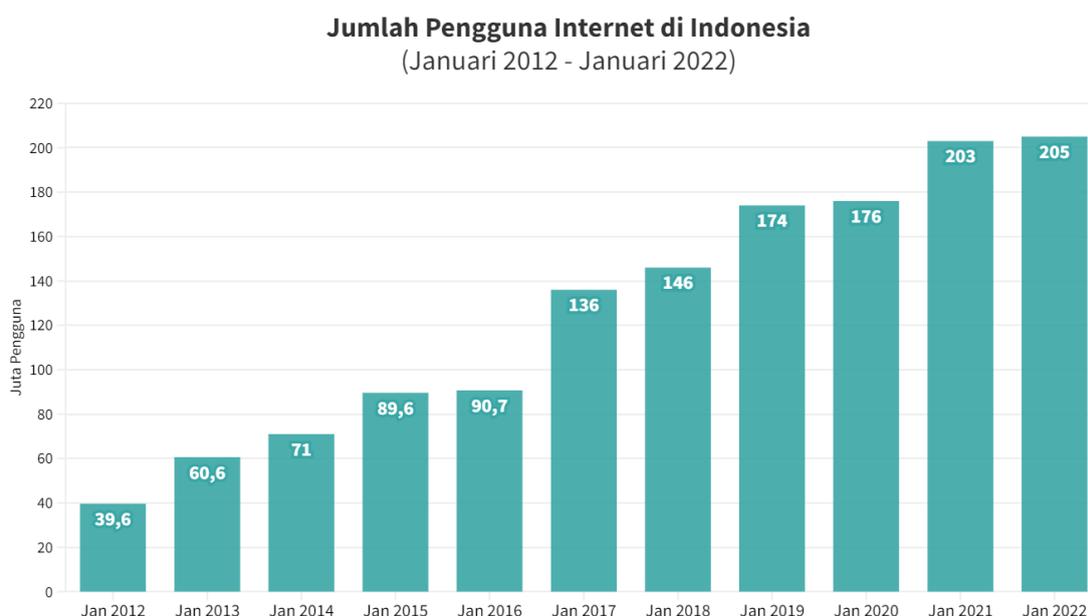
*This community service activity was carried out in the form of a workshop by the implementing team from the Industrial Engineering Undergraduate Study Program, Faculty of Engineering, Mercu Buana University in collaboration with the Budi Andhika Selaras Foundation. The aim of this activity is to help provide knowledge and skills and train MSME business actors to be more creative and independent in creating interesting and effective Digital Marketing content. This activity method includes 3 stages, namely the preparation stage in the form of identifying target needs, the workshop implementation stage and the evaluation stage of activity results. This workshop activity uses the Canva application, which is a graphic design application that is user-friendly and easy to use, and is considered suitable for MSMEs. This application is practiced directly in the form of content creation training - content such as flyer content, leaflets, banners, promotional videos, etc. Participants who took part in this workshop were 26 MSME workers in the Cinere area in the fields of cosmetics, food, drinks and clothing. As a result of this activity, each participant was able to create marketing content using the Canva application with various designs produced. The evaluation results after the activity took place showed that all participants were satisfied and gave good appreciation to this workshop activity. This activity is expected to provide broad benefits, both academically and in improving the quality of MSMEs in Indonesia.*

**Keywords** : Digital Marketing, *Canva*, Industry, MSME.

## PENDAHULUAN

Aktivitas strategi untuk melakukan promosi merk dan atau produk melalui media digital biasa disebut dengan istilah pemasaran digital (Herhausen et al, 2020). Saat ini pemasaran digital dianggap aktivitas promosi paling efektif bagi semua jenis usaha, tidak terkecuali untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Thaha et al, 2021). Pada UMKM, bisnis yang dijalankan dalam bentuk skala yang cukup kecil, namun menentukan strategi promosi yang efektif tetap perlu dilakukan agar bisnis semakin berkembang (Suroso & Rafinda, 2021).

Kegiatan belanja *online* di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 25% hingga 30% selama pandemik menurut data *Indonesian E-commerce Association* (idEA) dan *We Are Social* (Pink, 2021). Kondisi Pandemi membuat sebagian besar konsumen memilih berbelanja *online* untuk menghindari kerumunan yang dapat terjadi jika melakukan belanja langsung ke pertokoan atau sejenisnya (Yawised et al, 2021). Hal ini menyebabkan pemasaran secara digital menjadi semakin diminati oleh pelaku usaha (Kurniullah, 2020). Data jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke Tahun periode Tahun 2012 sampai dengan Tahun 2022 dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (dalam juta jiwa) Tahun 2012-2022

Sumber : <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>

Gambar 1., menunjukkan bahwa jumlah pengguna Internet di Indonesia saat ini mencapai 205 juta jiwa. Ini berarti hampir sekitar 74% penduduk Indonesia menggunakan Internet (Karnadi, 2022). Diperkirakan jumlah pengguna internet ini akan terus bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan hal ini, secara tidak langsung memaksa pelaku bisnis untuk beralih teknologi dari pemasaran konvensional ke pemasaran digital dalam melakukan aktivitas promosinya.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari menggunakan pemasaran digital adalah mudah mendatangkan pelanggan, dapat meningkatkan angka penjualan, menghemat biaya promosi, melayani pelanggan dengan lebih cepat, menjangkau pasar

menjadi lebih luas dengan penggunaan *smartphone*, memudahkan dalam persaingan (Prasetya et al, 2022). Akan tetapi untuk meraih manfaat tersebut, pemilik usaha harus jeli dalam menentukan konten promosi yang tepat dan menarik yang sesuai dengan pangsa pasar yang dituju serta dapat membuat produk yang dijual lebih menarik.

Beberapa aplikasi internet juga platform – platform desain dan komunikasi banyak terdapat di aplikasi *store*, yang dapat digunakan untuk mendukung pembuatan konten promosi digital. Untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim Pengabdian masyarakat akan menggunakan Aplikasi *Canva* yang merupakan platform desain grafis dan komunikasi yang cukup *user friendly* dan memiliki banyak fitur tak terbayar. Aplikasi ini memfasilitasi pengguna dengan berbagai desain gambar dan *template*, bentuk dan ukuran *text*, video, audio, dan lain-lain yang siap dimodifikasi untuk keperluan media-media promosi. *Output* dari aplikasi ini dapat berupa file gambar maupun video yang siap cetak dan siap *upload* ke berbagai media sosial seperti Instagram, facebook, dan google ads. Aplikasi ini mudah digunakan sehingga cocok untuk berbagai macam pelaku usaha UMKM, mulai dari ibu-ibu sampai pada anak-anak. Berbagai *fitur* yang ditawarkan aplikasi *Canva* ini, diharapkan dapat mempermudah para peserta pelatihan dalam meningkatkan kemampuan pembuatan konten promosi dengan lebih menyenangkan.. Pelatihan pembuatan konten pemasaran digital dengan aplikasi *Canva* ini diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dan kemandirian para peserta dalam melakukan kegiatan promosi berbasis digital.

## METODE KEGIATAN

Metode kegiatan ini dilakukan dalam beberapa langkah-langkah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Langkah-Langkah Workshop Aplikasi *Canva*

. Langkah 1 yaitu tahap persiapan, pada tahap ini yang dilakukan adalah melakukan analisa masalah dan kebutuhan. Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat melakukan *brainstorming* dengan mitra (Yayasan Budi Andhika Selaras) mengenai kondisi kesiapan khalayak sasaran. Tahap ini menitikberatkan pada identifikasi masalah dan mencari upaya untuk membantu mengatasi masalah yang muncul. Media yang digunakan adalah lewat komunikasi seluler dan kunjungan langsung ke lokasi.

. Langkah 2 yaitu dilakukan pelaksanaan *workshop*. Pada tahap ini disampaikan mengenai teori, situasi pasar, dan pembukaan wawasan. Setelah itu masuk ke praktek aplikasi *Canva*. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini ditutup dengan penilaian hasil praktik dari para peserta (nilai flyer, poster, dan video). Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat juga akan merangking dan memberikan reward kepada peserta dengan nilai desain tertinggi. Hal ini bertujuan agar dapat memberikan motivasi belajar praktik peserta dan ketercapaian tujuan dari kegiatan ini.

Langkah 3 yaitu evaluasi hasil. Untuk memastikan efektivitas program *workshop*, maka dibutuhkan adanya metode evaluasi yang akan diterapkan berupa :

1. Kuesioner evaluasi pelaksanaan kegiatan
2. Evaluasi kegiatan melalui nilai hasil desain

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Jenis Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan ini yaitu *workshop* dengan pendampingan, dimana teori dan aplikasi software dipadukan. Pemahaman dan penguatan praktek dititikberatkan pada eksplorasi pemanfaatan fitur-fitur aplikasi *Canva* yang diunduh pada *handphone* masing-masing peserta. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menekankan praktik perorangan yang dimonitor langsung di tempat pelatihan. Peserta pelatihan diharuskan membuat konten promosi berupa 1 *flyer*, 1 poster, dan 1 video.

### Workshop Pemasaran Digital dengan Canva

*Workshop* pembuatan konten pemasaran digital dengan aplikasi *Canva* ini diikuti oleh 26 peserta yang berasal dari para pelaku UMKM di sekitar kecamatan Cinere yang berada dalam pembinaan Yayasan Budi Andhika Selaras. *Workshop* dilakukan dalam 3 sesi secara aktif 2 arah antara tim pelaksana pelatihan dan peserta, yang meliputi :

1. Termin 1 : penjelasan mengenai konsep pemasaran digital secara sederhana dan disertai dengan contoh-contoh yang menarik dalam bentuk gambar maupun video untuk memperkuat pemahaman peserta, sekaligus meningkatkan motivasi peserta untuk meneladaninya.
2. Termin 2 : praktek penggunaan aplikasi *Canva* oleh Tim Pelaksana, terkait bagaimana cara membuat *flyer*, konten instagram, video, dan lain-lain
3. Termin 3 : praktek penggunaan aplikasi oleh semua peserta dengan didampingi oleh Tim Pelaksana. Termin ini diakhiri dengan seleksi dan pemilihan desain *flyer* terbaik (berdasarkan hasil rancangan para peserta), dengan memperhatikan unsur-unsur penilaian berupa kelengkapan informasi, desain yang unik dan menarik, serta ketepatan penggunaan font dan warna.

Hasil yang didapatkan para pserta dari kegiatan pelatihan ini adalah :

1. Peningkatan pemahaman mengenai pemasaran digital dan contoh-contoh bentuk pemanfaatannya.
2. Kemampuan dan keberanian untuk secara kreatif dan mandiri membuat konten-konten pemasaran digital dengan bantuan aplikasi.

Berikut adalah desain-desain yang terpilih sebagai desain terbaik dalam *workshop* ini.



Gambar 3. Desain Terbaik dari Peserta Pelatihan

### Bahan dan Perlengkapan Kegiatan

Tim Pelaksana kegiatan telah membuat materi *workshop* secara sederhana dan menarik dalam bentuk *slide* menggunakan *Microsoft powerpoint* yang diprint dan dibagikan, sebagai panduan peserta dalam memahami konsep pemasaran digital dan prakteknya dengan aplikasi *Canva*. Yayasan Budi Andhika Selaras juga telah menyediakan wifi yang dapat diakses dengan mudah oleh peserta, sehingga memperlancar proses praktek aplikasi *Canva* dengan baik. Jumlah peserta dibagi dalam 6 kelompok untuk memudahkan Tim Pelaksana dalam mendampingi dan melakukan diskusi yang kondusif selama praktek penggunaan aplikasi.

### Evaluasi Hasil Workshop

Evaluasi kegiatan terdiri dari dua jenis, yaitu :

#### A. Kuesioner evaluasi pelaksanaan kegiatan

Berdasarkan hasil survey dengan aplikasi *google form*, dapat dievaluasi bahwa peserta cukup merasakan manfaat atas *workshop* ini. Hasil rekap Kuesioner yang dibagikan dapat digambarkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Rekap Hasil Kuesioner Evaluasi Program Pelatihan

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menyelesaikan masalah yang dihadapi masyarakat dengan memanfaatkan keahlian sivitas akademik yang relevan.	90%	10%			
2	Memanfaatkan teknologi tepat guna	95%	5%			
3	Berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.	95%	5%			
4	Berguna sebagai bahan ajar atau modul pelatihan untuk pengayaan sumber belajar.	95%	5%			
5	Meningkatkan pendapatan.	90%	10%			
6	Meningkatkan pengetahuan.	95%	5%			

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
7	Meningkatkan produksi.	90%	10%			
8	Merubah perilaku kearah yang positif	95%	5%			
9	Meningkatkan mutu lingkungan	90%	10%			
10	Kerjasama yang dilaksanakan bersama UMB melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat bermanfaat bagi masyarakat.	90%	10%			
11	Kerjasama yang dilaksanakan bersama UMB melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat memenuhi target kerjasama	90%	10%			

Berdasarkan hasil kuesioner pada Tabel 1. dapat disimpulkan bahwa program *workshop* berjalan dengan cukup efektif dan peserta dapat memahaminya dengan optimal. Tim pelaksana menilai 26 desain yang dibuat oleh peserta, dengan rentang nilai antara 70 – 90. Aplikasi Canva sangat mudah digunakan, sehingga peserta semakin bersemangat dan termotivasi untuk membuat desain-desain yang unik, menarik, dan informatif.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil *Workshop* Pembuatan Konten Pemasaran Digital dengan menggunakan Aplikasi *Canva* yaitu bahwa kegiatan *workshop* ini cukup dapat membantu UMKM untuk memberikan ide cara pemasaran produknya secara kreatif dan efektif, yang sejalan dengan Program Pemerintah untuk digitalisasi UMKM. Hasil yang didapatkan dari *workshop* ini adalah seluruh peserta memiliki kemampuan dalam menggunakan aplikasi *Canva* untuk membuat konten-konten pemasaran digital bagi produk dan program-program unggulannya.

Hasil dari kuesioner dan pengamatan selama *workshop*, 100% peserta memiliki peningkatan pemahaman, kemampuan, dan motivasi untuk melakukan implementasi. Hal ini menunjukkan bahwa program ini cukup efektif. Tim pelaksana menyarankan agar pelatihan ini dapat diaplikasikan pada semua produk dan program yang dibuat oleh UMKM, dan dievaluasi kembali mengenai efektivitasnya di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amrina, U., Muhammad, I. L., Raden, A. O., & Bagus, P. K. (2021). *Implementasi ERP pada Proses Bisnis di IKM Kosmetik Menggunakan ODOO 14.0*. Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan, 4(1), 10-20
- Amrina, U., Muhammad, I. L., & Raden, A. O. (2021). *Sosialisasi Pemanfaatan Enterprise Resource Planning (ERP) di PT Budi Andhika Prima Ayudia*. Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan, 4(2), 10-20.
- Aprilia, M. P. (2020). *Pencarian Informasi oleh Foodie pada Foto Makanan di Instagram*. Jurnal Komunikasi Nusantara, 2(1)
- Darmawan, D. (2023). *Pengaruh Promosi, Ulasan Produk dan Persepsi Harga Terhadap Pemilihan Toko Online*. Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan, 6(1), 95-105.
- Gareta, S. P. (2021). *Kemenperin: Industri kosmetik tumbuh signifikan pada 2020*. Antara. Retrieved from <https://www.antaraneews.com/berita/2003853/kemenperin-industri-kosmetik-tumbuh-signifikan-pada-2020>
- Herhausen, D., Miočević, D., Morgan, R. E., & Kleijnen, M. H. (2020). *The digital marketing capabilities gap*. Industrial Marketing Management, 90, 276-290.
- Intan, T., Brigita, R., & Adjeng, E. (2019). *Peningkatan Daya Saing Produsen Minuman Herbal Melalui Pembuatan Konten Kreatif Media Sosial Berbasis Pemasaran E - Marketing*. Jurnal Komunikasi Profesional, 3(2).
- Karnadi, A. (2022). *Pengguna internet di indonesia capai 205 juta pada 2022*. Retrieved from <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>.
- Kurniullah, A. Z. (2020). *Design program and model development: As a business space in indonesian sme's*. S, 6959(56), 56-62.
- Prasetya, P., Widyanti, W., Rosdiana, R., Mahliza, F., & Oktasari, D. P. (2022). *Optimization of digital marketing strategy through e-commerce is increasing sme sales batik cikadu, tanjung lesung, pandeglang*. Priviet Social Sciences Journal, 2(3), 6-9.
- Ramaputra, M, A., & Subhan, A. (2021). *Analisis Strategi Kreatif Konten Promosi Usaha Foodies Melalui Media Sosial Instagram*. Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi, 5(2), 67-81.
- Rizqi, A, W., & Moh, N. (2023). *Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif Sosial Media Bagi Usaha Mikro KECIL Menengah Sedayu Gresik*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara, 3(3), 184-189.
- Rofaida, R. (2019). *Value chain model in dairy industry to improve business competitiveness*. Paper presented at the 1st International Conference on Economics, Business, Entrepreneurship, and Finance (ICEBEF 2018).
- Rusdi, I., Supriyadi., Ade, C., & Indah, S. (2022). *Pelatihan Desain Grafis Pembuatan Flyer Produk Untuk Promosi Konten Media Sosial*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi, 1(2), 9-15.

- Saporso & Lestari, D. (2009). *Peranan Endorser terhadap Brand Image dari Sudut Pandang Konsumen*. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, 9(3), 161-180
- 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, 4(1), 430– 436
- Suliswaningsih, Junianto, A., & Arianto, A. D. (2020). *Peningkatan SDM Melalui Keterampilan Desain Grafis sebagai Peluang Usaha Ekonomis Produktif (UEP) Karang Taruna Desa Sokawera*. Madani : Indonesian Journal Of Civil Society, 2(1), 16–22
- Suroso, A., & Rafinda, A. (2021). *Motivation of sme adopt digital marketing*. International Journal of Innovation, Creativity and Change, 15 (9), 696-710.
- Thaha, A. R., Maulina, E., Muftiadi, R. A., & Alexandri, M. B. (2021). *Digital marketing and smes: A systematic mapping study*. Library Philosophy and Practice (e-journal), 5113.
- Usulu, R. Q., Balebat, D. A., Dhea, F., Azizah, A., Adi, P., & Asep, N. (2023). *Penerapan Pemasaran Digital Pada Usaha Mikro Kecil Di Kota Tasikmalaya*. Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan, 6(1), 34-40.
- Utomo, H.J.N & Afifi, S. (2004). *Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Bantul dan Kulon Progo Yogyakarta 1*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 2(2)
- Pink, B. (2021). *Ylki catat selama pandemi aktivitas belanja online meningkat hingga 30%*. *Kontan.co.id*. Retrieved from <https://nasional.kontan.co.id/news/ylki-catat-selama-pandemi-aktivitas-belanja-online-meningkat-hingga-30>
- Widoyoko, E. P. (2017). *Evaluasi program pelatihan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yawised, K., Apasrawirote, D., & Padgate, U. (2021). *Enhancing smes' leader and business resilience towards digital marketing engagement during covid-19 pandemic*. Paper presented at the The 16th National and International Sripatum University Online Conference (SPUCON2021).
- Yuniarti, P., Furi, I., suharini, S., & Amas, S, M. (2021). *Penggunaan Aplikasi Canva dalam Pembuatan Desain Promosi Usaha Pada Karang Taruna Desa Sukaharja*. Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis. 1(2), 88-95.