



Pelatihan dan Pembuatan Banner pada Aplikasi Canva untuk meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pondok Mapan Ibu Sundari di Desa Marga Bakti

Training and Banner Creation on the Canva Application to improve the creativity of promotional Designs for Micro, Small and Medium Enterprises, Pondok Manahan Ibu Sundari in Marga Bakti Village

Dinda Wahyuningsih^{1*}, Darman Syafei², Merita Auli³, Yunizir Djakfar⁴, Indah Eliyana⁵

¹⁻⁵Prodi Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Baturaja, Indonesia

Alamat: Jl. Ki Ratu Penghulu No. 2301 Karang Sari, Baturaja, Indonesia

*Korespondensi penulis: dindawahyuningsih30@gmail.com

Article History:

Received: Desember 21, 2024;

Revised: Januari 18, 2025;

Accepted: Januari 27, 2025;

Published: Januari 30, 2025

Keywords: Canva App, Promotion, UMKM.

Abstract: *UMKM are crucial to the country's economy and job creation, and in order for them to compete, inventive innovations must be made. Research, creativity, and observation can all help achieve this. Promotion is a means of targeting prospective customers with information about a product to pique their interest. Canva is an online design platform that provides a wide range of tools for creating graphics, infographics, banners, presentations, resumes, posters, brochures, booklets, and much more. One of Canva's numerous benefits is its wide variety of eye-catching designs. This gives UMKM the freedom to select and improve the originality of their marketing material. According to observations, the proprietors have designed the products' packaging and branding, yet they lack the.*

Abstrak

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian nasional dan penyerapan tenaga kerja, perlu dilakukan gebrakan inovasi agar UMKM mampu bersaing. Ini dapat dicapai melalui observasi, penelitian, dan pemikiran kreatif. Promosi adalah cara untuk berkomunikasi dengan calon pembeli dengan produk dengan cara yang tepat sasaran sehingga banyak pihak tertarik. Canva adalah platform desain online yang menawarkan berbagai alat untuk membuat presentasi, resume, poster, brosur, booklet, grafik, infografis, banner, dan banyak lagi. Selain itu, Canva memiliki banyak keuntungan, salah satunya adalah desain yang beragam dan menarik. Ini memungkinkan UMKM untuk memilih dan meningkatkan kreatifitas konten promosi mereka. Observasi menunjukkan bahwa pemilik telah membuat branding dan packaging untuk produk, tetapi mereka tidak memiliki kemampuan desain untuk memberikan informasi produk karena mereka tidak memenuhi teori komunikasi penjualan. Pelatihan menggunakan aplikasi Canva adalah solusi untuk masalah ini. Pengabdian masyarakat ini menghasilkan banner yang diterima dengan baik oleh pelaku UMKM Pondok Mapan Ibu Sundari di Desa Marga Bakti. Harapannya adalah inovasi ini akan membantu UMKM di Desa Marga Bakti meningkatkan pendapatannya dan membuat produk mereka dikenal oleh masyarakat umum.

Kata Kunci: Aplikasi Canva, Media Promosi, UMKM.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi perekonomian Indonesia di tengah transformasi ekonomi global. UMKM menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di wilayah mitra, selain berkontribusi pada PDB nasional. Namun, banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) masih menghadapi kesulitan dalam memperluas bisnis mereka, terutama di desa terpencil seperti Desa Marga Bakti.

Untuk memanfaatkan era 4.0 sebagai peluang di bidang mereka masing-masing, semua pihak yang terlibat harus bekerja sama dengan cepat di berbagai bidang. Tidak diragukan lagi, era ini sangat bermanfaat untuk komunikasi dan pembelajaran. Dengan memanfaatkan media promosi, perkembangan juga sangat berdampak pada ekonomi masyarakat atau UMKM. Promosi ini dapat dilakukan melalui komunikasi massa dan promosi secara langsung, juga dikenal sebagai door-to-door marketing, yang juga mencakup pemasangan banner, spanduk, sebar pamflet, dan metode word of mouth (Wulantyha, Warouw, & Tulung, 2015). Promosi dapat memengaruhi perilaku pembelian dan penggunaan jasa oleh pelanggan seperti yang dijelaskan dalam Jurnal Maulidasari&Damrus (Maulidasari & Damrus, 2021). Salah satu cara untuk berkomunikasi dengan calon pembeli adalah dengan mempromosikan barang tersebut.

Dalam dunia bisnis, persaingan antara UMKM membuat pengusaha berusaha untuk mendominasi pasar. Pelaku UMKM harus memanfaatkan berbagai metode pemasaran untuk mendapatkan pelanggan baru (Achadi et al., 2024). Salah satu cara terbaik untuk menarik pelanggan adalah dengan menggunakan strategi pemasaran yang mengembangkan branding. Ini sangat penting untuk produk (Adhitya & J, 2023). Branding adalah investasi yang akan menguntungkan selama waktu yang lama jika dikelola dengan benar. Nama dagang, logo, karakter, dan cara konsumen melihat merek termasuk dalam kategori yang luas dari branding. Untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan, UMKM dapat menggunakan strategi branding. Branding memberikan identitas pada barang atau jasa yang ditawarkan, menyampaikan nilai, dan yang terpenting, menjalin hubungan dengan pelanggan. UMKM berlomba-lomba untuk mem-branding barang dan jasa mereka agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Namun, tampaknya banyak UMKM yang masih belum menyadari betapa pentingnya mem-branding bisnis mereka. Oleh karena itu, desain banner ini termasuk strategi branding produk dengan memperbaiki tampilan produk, seperti banner sebagai tanda UMKM. Ini sangat penting untuk produk karena berfungsi sebagai identitas produk sehingga pelanggan dapat memilih produk dengan benar

(Adhitya & J, 2023).

UMKM adalah salah satu barometer perekonomian nasional yang artinya dapat meningkatkan perekonomian di Indonesia ini. Oleh karena itu UMKM perlu dukungan dan dorongan agar para pelaku UMKM dapat berinovasi (Pujiastuti et al.,2024).

Desain yang menarik mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli (Rosandi & Sudarwanto, 2014). Banner adalah sarana komunikasi yang bertujuan untuk mendorong banyak masyarakat untuk membeli dan menggunakan barang yang di iklankan. Tujuan dari Banner adalah untuk mempromosikan sesuatu sehingga menarik perhatian lbih banyak orang ketika mereka melihatnya.

2. METODE

Dalam kegiatan pengabdian ini, penilaian masyarakat pertanian (PRA) digunakan. PRA adalah metode proses pemberdayaan dan peningkatan partisipasi masyarakat yang menekankan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pembangunan secara keseluruhan. Pendekatan ini bertujuan untuk menjadikan masyarakat dan mitra sebagai perencana dan pelaksana program pembangunan, bukan hanya sebagai obyek pembangunan. Metode selanjutnya terdiri dari instruksi dan diskusi, serta kegiatan sosialisasi tentang bagaimana mengoptimalkan nilai tambah produk dengan menggunakan sticker dan banner yang menarik. Tujuan dari sosialisasi ini adalah untuk memberi tahu mitra tentang pentingnya penggunaan sticker dan banner yang menarik untuk meningkatkan nilai tambah dan nilai jual produk serta profitabilitas perusahaan.

3. HASIL

UMKM di Desa Marga Bakti yang mendapatkan pendampingan yaitu Pondok Mapan Ibu Sundari, UMKM tersebut memiliki kekurangan dalam segi branding dalam hal ini inovasi desain banner bisa menjadi langkah pertama dalam memajukan UMKM di Desa.

Untuk mendukung UMKM salah satu solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut adalah dengan memberikan pelatihan kepada pelaku usaha kecil. Melalui perancangan promosi produk yang menarik yang tidak memerlukan peralatan mahal, mudah digunakan, dan tidak memakan waktu terlalu lama untuk dipelajari. Desain meliputi desain untuk flyer, brosur, logo dan kebutuhan desain periklanan lainnya. Untuk itu, peneliti Membantu para pengusaha UMKM ini untuk membuat desain iklan produknya sendiri melalui pelatihan dengan

tema “Pelatihan Aplikasi Canva Meningkatkan Kreativitas Desa Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah”. Para pelaku UMKM dapat belajar menggunakan aplikasi desain grafis Canva. Aplikasi ini membantu orang mendesain berbagai jenis materi kreatif secara online. Mereka dapat membuat presentasi, infografik, poster, kartu ucapan, dan pamflet (Hijrah, Arransyah, Putri, Arija, & Putri, 2021). Dengan demikian, desain grafis dapat digunakan sebagai salah satu strategi pemasaran melalui digital marketing (Khomariah & Primandari, 2021). Layanan desain saat ini, seperti poster, banner, dan promosi produk, sangat membantu penjualan (Arifin, Ismail, Daud, & Azis, 2021).

Pelatihan yang dilaksanakan Pada Bulan Januari 2025, memanfaatkan Aplikasi Canva. Alat-alat ini sangat berguna dan sangat berguna untuk membuat desain dengan hasil yang dapat ditindaklanjuti dan dapat dilihat di banyak perangkat PC dan tanpa perlu keahlian khusus desain grafis atau pengeditan video promosi. Peserta dapat menjalankannya di gadget dan mendapatkan hasil yang diinginkan. Kegiatan Pelatihan Pengabdian Masyarakat membutuhkan alat dan bahan pendukung. Peralatan mencakup sejumlah Personal Computer (PC) untuk menjalankan perangkat lunak desainer grafis, koneksi Internet untuk mengakses situs www.canva.com, dan printer untuk mencetak desain.

Tahap-tahap yang dilakukan dalam pelatihan pembuatan Banner pada Aplikasi Canva untuk meningkatkan kreativitas desain promosi usaha mikro kecil dan menengah pondok Mapan Ibu Sundari di Desa Marga Bakti:

- 1) Tahap Sosialisasi Pentingnya Branding: Sosialisasi dilakukan untuk memberi tahu UMKM tentang pentingnya desain banner sebagai bagian dari branding. Ini akan membuat bisnis lebih mudah dikenal dan menjadi identitas ciri khas. Namun, banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) di desa Marga Bakti yang belum menyadari pentingnya branding. Kendala paling umum yang dihadapi adalah ketidakmampuan untuk mengolah dan memanfaatkan teknologi karena kekurangan sarana dan prasarana. Salah satu tugas yang dilakukan adalah memberi tahu orang tentang pentingnya branding untuk produk, termasuk apa itu branding, mengapa desain produk penting, dan studi kasus tentang cara merek terkenal membuat branding yang baik.



Gambar 1. Sosialisasi terhadap Pentingnya Branding kepada Masyarakat Desa Marga Bakti

- 2) Tahap Desain Banner: Banner adalah bagian penting dari strategi pemasaran dan merupakan komponen penting dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan. Tim pengabdian masyarakat menjelaskan bahwa merancang banner penting untuk memiliki kepekaan dalam mengatur berbagai elemen visual seperti gambar, foto, tipografi, bentuk, dan warna dalam suatu komposisi yang menarik perhatian pelanggan. Ini dilakukan dengan menggunakan software editing. Mahasiswa telah membantu UMKM dengan mendesain ulang iklan produk mereka. Tujuan utama dari desain ini adalah untuk membuat iklan yang lebih menarik dan informatif bagi pelanggan.



Gambar 2. Hasil desain Banner dari aplikasi Canv

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat dapat disimpulkan bahwa UMKM di desa Marga Bakti masih perlu pendampingan terus agar UMKM dapat berkembang dan bersaing. inovasi dalam branding dapat meningkatkan kualitas produk dan dapat memberikan ciri khas tersendiri pada UMKM di desa Marga Bakti, dengan mengenalkan cara desain banner di harapkan pelaku UMKM dapat terus berinovasi menyesuaikan perkembangan jaman.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Sebagai pengabdian, Tim KKN mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Baturaja di Desa Marga Bakti. Terutama, tim pengabdian ingin menyampaikan penghargaan kepada seluruh masyarakat Desa Marga Bakti yang telah memberikan dukungan sehingga memungkinkan untuk melaksanakan program ini dengan baik. Tim pengabdian juga berterima kasih kepada, Dosen Pembimbing, serta terima kasih kepada seluruh anggota tim KKN yang telah berkontribusi dalam merancang dan melaksanakan kegiatan ini. Selain itu, tim pengabdian juga sangat menghargai masyarakat Desa Marga Bakti yang telah menyambut dengan hangat dan berpartisipasi aktif dalam seluruh kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achadi, A., Zuhaena, F., & Suciningtyas, S. (2024). Peningkatan program kegiatan pemasaran produk UMKM. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 122–125.
- Adhitya, B., & J, H. K. T. (2023). Teknik pengemasan dan labeling produk pada usaha mikro kecil dan menengah keripik Faza. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 26–29.
- Arifin, A. N., Ismail, I., Daud, F., & Azis, A. (2021). Pelatihan aplikasi Canva sebagai strategi untuk meningkatkan technological knowledge guru sekolah menengah di Kabupaten Gowa. In *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, 468–472.
- Hijrah, L., Arransyah, M. F., Putri, K., Arija, N., & Putri, R. K. (2021). Pelatihan penggunaan Canva bagi siswa di Samarinda. *PLAKAT (Pelayanan Kepada Masyarakat)*, 3(1), 98–106. <https://doi.org/10.30872/plakat.v3i1.5849>
- Khomariah, N. E., & Primandari, P. N. (2021). Pelatihan desain grafis menggunakan aplikasi Canva untuk pelaku usaha toko ikan "Sub Aquatic" sebagai strategi digital marketing. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 795–801. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i3.1393>

- Maulidasari, C. D., & Damrus, D. D. (2021). Dampak promosi produk pada pemasaran online. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 137–142. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3464>
- Pujiastuti, R., Surveyandini, M., & Budiastuti, A. (2024). Pemberdayaan UMKM melalui peningkatan motivasi berusaha di Desa Krakal Kecamatan Klian Kabupaten Kebumen. *Wikuacity: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 98–102.
- Rosandi, S., & Sudarwanto, T. (2014). Pengaruh citra merek dan desain kemasan terhadap minat beli konsumen pada produk susu Ultra (studi pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2(2), 1–16.
- Wulantyha, U., Warouw, D., & Tulung, L. (2015). Fungsi promosi dalam meningkatkan daya beli gadget Samsung di Kota Manado. *Acta Diurna*, 4(5), 1–12.