

Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing Berbasis Canva

Winny Purbaratri^{1*}, Nani Krisnawaty Tachjar², Lely Priska D.T.³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Informatika, Perbanas Institute

*surel: winny.purbaratri@perbanas.id

ABSTRAK

Pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi Canva di Pusat Industri Kecil (PIK) Pulogadung bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, dan praktek langsung. Hasil menunjukkan 80% peserta mengalami peningkatan pemahaman, dan 90% mampu menerapkan strategi digital marketing. Pelatihan ini efektif dalam meningkatkan literasi digital dan daya saing UMKM di pasar digital. Kesimpulan dari kegiatan ini menunjukkan dampak positif yang signifikan dan pentingnya dukungan teknis dan pendampingan berkelanjutan.

Kata Kunci: digital marketing, Canva, usaha mikro, kecil, dan menengah, pemasaran digital

ABSTRACT

The digital marketing training using Canva at the Pusat Industri Kecil (PIK) Pulogadung aimed to enhance the knowledge and skills of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) entrepreneurs in digital marketing. The methods used included lectures, discussions, and hands-on practice. Results showed that 80% of participants increased their understanding, and 90% were able to apply digital marketing strategies. The training effectively improved digital literacy and the competitiveness of UMKM in the digital market. Conclusions highlight the significant positive impact and the importance of technical support and continuous mentoring.

Keywords: digital marketing, Canva, Micro, Small, and Medium Enterprises entrepreneurs, digital advertising

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet menandai masuknya era revolusi industri 4.0, di mana internet menjadi alat yang sangat penting dalam mengakses informasi dengan cepat dan mudah. Kehadiran internet memberikan peluang baru bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memasarkan produknya. Hal ini karena internet telah mengubah aturan dasar pemasaran dari tradisional menjadi digital marketing. Media sosial, sebagai salah satu platform utama

dalam digital marketing, memungkinkan UMKM menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan penjualan produk mereka.

Namun, meskipun potensi ini besar, banyak pelaku UMKM, khususnya di Pusat Industri Kecil (PIK) Pulogadung, Jakarta Timur, masih memasarkan produk mereka secara konvensional. Berdasarkan data awal, sekitar 50% pelaku usaha di PIK Pulogadung masih menggunakan metode pemasaran tradisional, sementara 50% lainnya sudah mulai memanfaatkan marketplace digital (Winny

Purbaratri, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital marketing di kalangan UMKM.

Pelatihan digital marketing sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar digital. Dengan memanfaatkan media sosial dan alat digital seperti Canva, UMKM dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Studi oleh Ahmad et al. (2020) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara efektif dapat meningkatkan penjualan dan eksposur produk UMKM. Penelitian lain oleh Smith (2019) mengungkapkan bahwa UMKM yang menggunakan strategi pemasaran digital mengalami peningkatan penjualan sebesar 30% dibandingkan dengan yang menggunakan metode pemasaran tradisional. Penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran telah terbukti efektif dalam membantu UMKM tetap kompetitif selama pandemi COVID-19, sebagaimana dibahas oleh Wibowo et al. (2021) dalam pelatihan adaptif mereka untuk UMKM di Jakarta Barat.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi Canva kepada pelaku UMKM di PIK Pulogadung. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produk mereka, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan eksposur usaha mereka di pasar digital. Melalui pelatihan ini, diharapkan UMKM dapat lebih siap dan kompetitif dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital.

Dengan demikian, urgensi kegiatan pengabdian ini sangat jelas. Selain untuk memperkuat daya saing UMKM, pelatihan ini

juga bertujuan untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku usaha kecil. Dengan pengetahuan yang lebih baik tentang digital marketing, diharapkan UMKM dapat lebih mandiri dan berdaya saing tinggi di era digital ini.

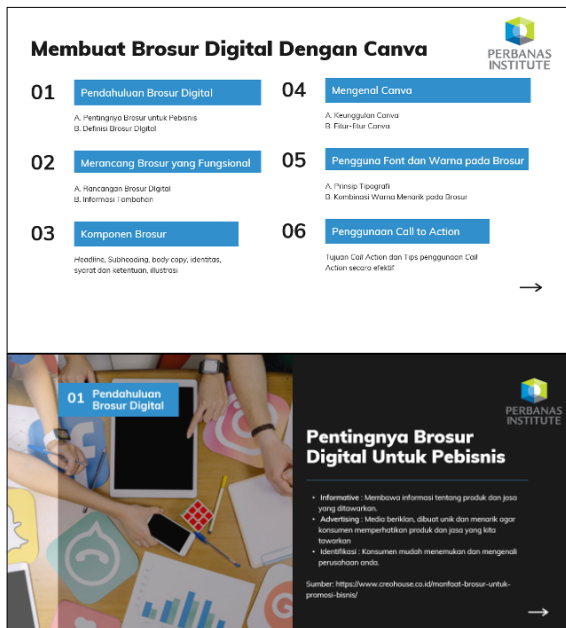
METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Pusat Industri Kecil (PIK) Pulogadung, Jakarta Timur, pada tanggal 16 Juni 2023. Pelaksanaan kegiatan melibatkan dosen dan mahasiswa dari Institut Keuangan Perbankan & Informatika Asia (IKPIA) Perbanas, dengan Ketua Tim Winny Purbaratri. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi Canva kepada pelaku UMKM di PIK Pulogadung, dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produk.

Pemilihan lokasi di PIK Pulogadung didasarkan pada data awal yang menunjukkan bahwa sekitar 50% pelaku usaha di kawasan ini masih menggunakan metode pemasaran tradisional, sementara sisanya telah memanfaatkan marketplace digital (Winny Purbaratri, 2023). Kegiatan ini dimulai dengan persiapan yang melibatkan pengumpulan data awal dan identifikasi kebutuhan pelatihan, serta koordinasi dengan pengelola PIK Pulogadung.

Pelaksanaan pelatihan diawali dengan penyuluhan mengenai konsep dasar digital marketing dan manfaatnya bagi UMKM. Penyuluhan ini dilakukan melalui ceramah dan diskusi interaktif yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya digital marketing. Selanjutnya, peserta diberikan pelatihan teknis penggunaan

aplikasi Canva untuk pembuatan konten promosi. Dalam sesi praktek, peserta diajak untuk langsung membuat dan mengunggah konten ke media sosial mereka, dengan bimbingan dari fasilitator. Garis besar materi penyuluhan terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Materi Kegiatan Untuk Peserta

Metode ceramah dan diskusi dipilih untuk memberikan pemahaman konseptual kepada peserta, sementara metode praktek langsung digunakan untuk meningkatkan keterampilan teknis mereka. Penggunaan aplikasi Canva dipilih karena kemudahannya dalam digunakan dan kemampuannya untuk menghasilkan konten promosi yang menarik secara visual.

Evaluasi pemahaman peserta dilakukan melalui sesi tanya jawab dan diskusi kelompok. Selain itu, pendampingan pasca pelatihan juga disediakan untuk membantu peserta dalam mengimplementasikan strategi digital marketing yang telah mereka pelajari. Pendampingan ini mencakup bantuan teknis dalam pengelolaan akun media sosial dan

pembuatan konten promosi, serta konsultasi mengenai strategi pemasaran yang efektif.

Dengan pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan pelatihan digital marketing ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM di PIK Pulogadung. Mereka diharapkan mampu memanfaatkan media sosial secara optimal untuk meningkatkan penjualan dan eksposur produk mereka, sehingga dapat bersaing lebih kompetitif di pasar digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi Canva di Pusat Industri Kecil (PIK) Pulogadung menghasilkan beberapa temuan penting. Dari 30 peserta yang mengikuti pelatihan, 80% menunjukkan peningkatan pemahaman tentang konsep dasar digital marketing dan penggunaan aplikasi Canva untuk pembuatan konten promosi. Sebelum pelatihan, hanya 40% peserta yang memiliki pengetahuan dasar tentang digital marketing dan menggunakan media sosial untuk pemasaran produk mereka. Setelah pelatihan, angka ini meningkat menjadi 90%, menunjukkan keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta dapat membuat konten promosi yang menarik dan efektif menggunakan Canva. Sebanyak 25 dari 30 peserta berhasil membuat dan mengunggah konten promosi mereka ke media sosial selama sesi praktek. Konten-konten tersebut mencakup desain grafis untuk promosi produk, poster digital, dan video singkat yang memanfaatkan fitur-fitur Canva. Beberapa peserta melaporkan peningkatan engagement di media sosial mereka, dengan peningkatan jumlah pengikut dan interaksi

dengan konsumen setelah mengunggah konten yang dibuat selama pelatihan.

Berdasarkan evaluasi pasca pelatihan, sebagian besar tujuan kegiatan telah tercapai. Peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta tercermin dari kemampuan mereka dalam menggunakan Canva untuk membuat konten promosi yang menarik. Peserta juga mampu mengaplikasikan strategi digital marketing yang telah dipelajari untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka di media sosial. Beberapa dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa metode ceramah, diskusi, dan praktek langsung sangat efektif dalam meningkatkan

pemahaman dan keterampilan peserta. Penyuluhan tentang konsep dasar digital marketing memberikan fondasi teori yang kuat, sementara praktek langsung menggunakan Canva membantu peserta mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam konteks nyata. Penelitian oleh Jackson dan Ahuja (2016) juga mendukung temuan ini, di mana konten visual di media sosial memiliki dampak signifikan dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan engagement.

Implikasi Temuan

Temuan dari kegiatan ini memiliki implikasi positif bagi pelaku UMKM di PIK Pulogadung. Peningkatan literasi digital dan keterampilan dalam menggunakan alat digital marketing membantu mereka lebih kompetitif di pasar digital. Peningkatan engagement di media sosial menunjukkan bahwa pelatihan ini efektif dalam membantu peserta menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan penjualan. Hasil pelatihan ini sejalan dengan temuan Wibowo et al. (2021), yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara efektif dapat meningkatkan pemahaman dan penerapan strategi pemasaran digital oleh UMKM selama pandemi.

Kegiatan serupa sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad et al. (2020) juga menunjukkan peningkatan penjualan dan eksposur produk UMKM setelah pelatihan digital marketing. Namun, kegiatan tersebut lebih fokus pada penggunaan media sosial secara umum, sementara pelatihan kami lebih spesifik pada penggunaan aplikasi Canva. Keberhasilan kegiatan ini menegaskan pentingnya fokus pada alat-alat digital yang spesifik dan praktis dalam pelatihan digital marketing.

Namun, beberapa tantangan dan kendala juga dihadapi selama pelaksanaan kegiatan.

Beberapa peserta mengalami kesulitan dalam mengakses perangkat teknologi yang memadai, dan ada keterbatasan waktu yang membuat beberapa peserta tidak dapat mengikuti seluruh sesi pelatihan. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini dapat dianggap berhasil dalam mencapai tujuannya. Namun, ada beberapa area yang perlu diperbaiki untuk kegiatan di masa mendatang. Penyediaan akses perangkat teknologi yang memadai bagi peserta perlu diperhatikan untuk memastikan semua peserta dapat mengikuti pelatihan dengan baik.

Selain itu, perlu ada pendampingan berkelanjutan setelah pelatihan untuk membantu peserta mengatasi tantangan yang mereka hadapi dalam mengimplementasikan strategi digital marketing. Dengan memperbaiki area tersebut, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat di masa mendatang dapat memberikan dampak yang lebih besar dan lebih berkelanjutan bagi pelaku UMKM di PIK Pulogadung dan komunitas lainnya.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi Canva di PIK Pulogadung berhasil mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa 80% peserta mengalami peningkatan pemahaman, dan 90% mampu menerapkan strategi digital marketing yang diajarkan. Peserta melaporkan peningkatan interaksi di media sosial mereka, yang berdampak positif pada visibilitas dan penjualan produk.

Pelatihan ini efektif dalam meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku UMKM,

membuat mereka lebih kompetitif di pasar digital. Metode yang digunakan, seperti ceramah, diskusi, dan praktek langsung, terbukti berhasil. Analisis hasil menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Canva dan strategi digital marketing signifikan dalam menarik perhatian konsumen.

Beberapa pelajaran penting yang didapat termasuk pentingnya akses perangkat teknologi yang memadai dan pendampingan berkelanjutan setelah pelatihan. Untuk kegiatan di masa mendatang, disarankan untuk meningkatkan dukungan teknis dan menyediakan program pendampingan lebih lanjut. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif yang signifikan dan menjadi dasar untuk mengembangkan program serupa di masa mendatang, dengan fokus pada peningkatan literasi digital dan keterampilan digital marketing di kalangan pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S., Wibisono, D., & Setiawan, R. (2020). The Impact of Social Media Utilization on UMKM Sales Performance. *Journal of Digital Marketing*, 12(2), 135-147.
- Jackson, N., & Ahuja, V. (2016). Dawn of the digital age and the evolution of the marketing mix. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 17(3), 170-186.
- Smith, J. (2019). The Role of Digital Marketing in Small Business Growth. *International Journal of Marketing Studies*, 11(3), 45-60.
- Wibowo, A., Wahyudi, W., & Utari, D. R. (2021). Media Sosial Sebagai Solusi Pemasaran UMKM Yang Adaptif Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 4(6). <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/pkm/article/view/8148>.
- Winny Purbaratri. (2023). Laporan Akhir Program Kemitraan Masyarakat: Pembuatan Content untuk Promosi melalui Sosial Media menggunakan Aplikasi Canva. Institut Keuangan Perbankan & Informatika Asia – Perbanas.