

Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana Dengan Aplikasi Canva Pada Produk UMKM Madu Murni Di Desa Pematang Sari Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI)

*Training on Creating Simple Promotional Media Using the Canva Application for Pure
Honey MSME Products in Pematang Sari Village, Mesuji Makmur, Ogan Komering Ilir
(OKI) Regency*

Widodo¹⁾, Akhsanul Huda²⁾

¹²³Institut Agama Islam Insan Prima Misbahul Ulum Gumawang. Alamat Jalan Irigasi Desa Tanah Merah
kecamatan Belitang Madang Raya Kabupaten OKU Timur Provinsi Sumatera Selatan.

Email : widodo@insanprimamu.ac.id¹⁾, akhsanulhuda@insanprimamu.ac.id²⁾

ABSTRAK

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sering kali terfokus pada aspek produksi, sehingga aspek promosi dan pemasaran menjadi terabaikan. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing dan keterjangkauan produk di pasar. Pelatihan pembuatan media promosi sederhana dengan aplikasi Canva ini ditujukan untuk meningkatkan kemampuan promosi UMKM, khususnya pelaku usaha madu murni di Desa Pematang Sari, Mesuji Makmur, Kabupaten Ogan Komering Ilir. Penelitian ini menggunakan metode library research dan survei lapangan dengan pendekatan pelatihan privat. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain promosi digital. Penggunaan Canva terbukti memberikan dampak positif terhadap strategi pemasaran produk, sehingga membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produk madu murni secara lebih efektif dan menarik. Pelatihan ini menjadi langkah strategis dalam mendukung pengembangan kapasitas promosi UMKM di wilayah pedesaan.

Kata Kunci: UMKM, Pelatihan, Promosi, Canva

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) often focus on the production aspect, so that the promotion and marketing aspects are neglected. This has an impact on the low competitiveness and affordability of products in the market. This training on making simple promotional media with the Canva application is intended to improve the promotional capabilities of MSME, especially pure honey entrepreneurs in Pematang Sari Village, Mesuji Makmur, Ogan Komering Ilir Regency. This study uses library research and field survey methods with a private training approach. The results of the activity showed a significant increase in participants' knowledge and skills in using the Canva application to create digital promotional designs. The use of Canva has been proven to have a positive impact on product marketing strategies, thus helping MSMEs market pure honey products more effectively and

attractively. This training is a strategic step in supporting the development of MSME promotional capacity in rural areas.

Keywords: *MSME, Training, Promotion, Canva*

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, terutama dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat di wilayah pedesaan. Namun, salah satu kendala utama yang masih dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan dalam hal promosi dan pemasaran produk. Di Desa Pematang Sari, Mesuji Makmur, Kabupaten Ogan Komering Ilir, para pelaku usaha madu murni menghadapi masalah serupa—mereka lebih terfokus pada proses produksi dan pengemasan, namun belum mengoptimalkan strategi promosi yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 60% UMKM di Indonesia masih belum memanfaatkan media digital secara optimal untuk promosi, termasuk penggunaan platform desain grafis dan media sosial¹. Akibatnya, banyak produk berkualitas tinggi yang tidak terserap pasar karena kurangnya eksposur. Strategi promosi konvensional seperti promosi lisan dan penjualan di pasar lokal seringkali tidak cukup untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan².

Di tengah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, media digital dan sosial menjadi sarana efektif untuk membangun merek (branding) dan memperluas jangkauan konsumen. Salah satu alat yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk menciptakan media promosi secara mandiri adalah Canva, yaitu aplikasi desain grafis berbasis daring yang menyediakan berbagai template visual seperti poster, brosur, spanduk, dan konten media sosial yang mudah digunakan, bahkan oleh pemula³. Canva tidak hanya membantu efisiensi waktu dan biaya promosi, tetapi juga meningkatkan nilai estetika dari materi promosi yang dihasilkan.

¹ Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Laporan Tahunan UMKM dan Koperasi di Era Digital*. Jakarta: Kemenkop UKM.

² Sari, D. A., & Wibowo, A. (2021). *Pengaruh Media Sosial dalam Meningkatkan Promosi Produk UMKM*. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Digital*, 3(1), 45-55.

³ Putri, R. A. (2020). *Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Desain Grafis Digital bagi UMKM*. *Jurnal Inovasi Teknologi dan Edukasi*, 8(2), 87-94.

Sebagai media edukatif, pelatihan penggunaan Canva dapat menjadi solusi strategis untuk mengatasi keterbatasan kemampuan desain grafis di kalangan pelaku UMKM. Dengan keterampilan dasar membuat media promosi yang menarik, UMKM madu murni di Desa Pematang Sari diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk, memperluas pasar, serta mengurangi ketergantungan pada jasa desain profesional yang cukup mahal. Selain itu, keterampilan ini juga membuka peluang baru untuk menciptakan lapangan kerja di sektor jasa kreatif lokal.

Melalui pelatihan ini, manfaat langsung yang diperoleh tidak hanya berupa peningkatan kapasitas SDM UMKM dalam promosi, tetapi juga penghematan biaya desain hingga Rp1.500.000 – Rp3.000.000 per tahun dan potensi membuka jasa desain mandiri⁴. Oleh karena itu, pelatihan bertajuk "Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva pada Produk UMKM Madu Murni di Desa Pematang Sari, Mesuji Makmur, Kabupaten OKI" menjadi bentuk intervensi yang relevan dan strategis untuk mendukung digitalisasi UMKM di wilayah tersebut.

B. LITERATURE RESEARCH

1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan sektor strategis dalam perekonomian nasional yang berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Namun, kelemahan utama UMKM adalah terbatasnya akses terhadap teknologi, pemasaran, dan kemampuan promosi. Hal ini menyebabkan produk-produk UMKM, meskipun berkualitas, sering kali sulit bersaing di pasar yang lebih luas. Kegiatan promosi yang kurang optimal menjadi penghambat utama pertumbuhan UMKM, terutama di wilayah pedesaan⁵.

2. Pentingnya Promosi dalam UMKM

Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran (marketing mix) yang sangat penting dalam memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan konsumen terhadap

⁴ Yuliana, T., & Rahmawati, N. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Desain Grafis Berbasis Canva. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 4(3), 112–118.

⁵ Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.

suatu produk. Bagi UMKM, promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan volume penjualan. Dengan pendekatan promosi digital, UMKM memiliki peluang untuk menjangkau konsumen lebih luas dan dengan biaya yang lebih rendah⁶.

3. Peran Desain Grafis dalam Promosi Produk

Desain grafis adalah elemen penting dalam komunikasi visual untuk menyampaikan pesan kepada audiens secara efektif dan menarik. Dalam konteks UMKM, desain grafis digunakan untuk membuat media promosi seperti poster, flyer, banner, dan konten media sosial. Tampilan visual yang menarik dapat meningkatkan persepsi nilai produk di mata konsumen, membangun citra merek (branding), dan meningkatkan kepercayaan pelanggan⁷.

4. Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk UMKM

Canva adalah aplikasi desain grafis berbasis web yang menawarkan kemudahan bagi pengguna dalam membuat berbagai bentuk media promosi digital tanpa memerlukan keahlian desain profesional. Canva menyediakan template siap pakai, fitur drag-and-drop, dan elemen visual lainnya yang memungkinkan pengguna membuat konten visual seperti poster, brosur, dan konten media sosial dengan cepat dan efisien. Aplikasi ini sangat sesuai digunakan oleh pelaku UMKM karena antarmukanya yang sederhana dan kemudahan akses melalui desktop maupun perangkat mobile⁸.

5. Pelatihan sebagai Upaya Peningkatan Kapasitas UMKM

Pelatihan merupakan salah satu bentuk pemberdayaan sumber daya manusia yang bertujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam mengelola usaha. Bagi pelaku UMKM, pelatihan yang tepat dapat meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi informasi, termasuk dalam membuat dan menggunakan media promosi digital. Program pelatihan berbasis teknologi

⁶ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

⁷ Sukirman, S., & Nurhayati, N. (2021). Peran Desain Grafis Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 9(1), 22–30.

⁸ Putri, R. A. (2020). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Desain Digital untuk Peningkatan Branding UMKM. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 6(2), 90–98.

seperti Canva terbukti dapat meningkatkan keterampilan peserta dalam menciptakan materi promosi yang menarik dan efisien⁹.

6. Media Sosial sebagai Saluran Promosi UMKM

Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp menjadi media efektif bagi pelaku UMKM dalam melakukan promosi. Visualisasi yang menarik menjadi kunci agar konten promosi mendapatkan perhatian lebih dari audiens. Dengan media sosial, pelaku UMKM dapat melakukan promosi secara langsung dan interaktif, serta menjangkau konsumen lebih luas secara geografis dengan biaya rendah¹⁰.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan metode library research dan survei lapangan yang dikombinasikan secara sinergis untuk memperoleh data yang komprehensif dan valid.

1. Library Research (Studi Pustaka)

Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan, menelaah, dan menganalisis berbagai sumber teori dan literatur yang relevan mengenai konsep pelatihan, pemasaran digital, media promosi, aplikasi Canva, dan pengembangan UMKM. Library research ini menjadi landasan teoritis dalam merancang kegiatan pelatihan serta dalam memahami kebutuhan dan tantangan pelaku UMKM madu murni di Desa Pematang Sari¹¹.

2. Survei Lapangan dan Pelatihan Privat

Selain kajian pustaka, penelitian ini juga dilakukan secara langsung di lapangan melalui pelaksanaan pelatihan privat yang difokuskan pada pembuatan media promosi sederhana menggunakan aplikasi Canva bagi pelaku UMKM madu murni. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam merancang media promosi yang efektif dan menarik, serta untuk mendapatkan data empiris mengenai respon dan manfaat pelatihan tersebut¹².

⁹ Yuliana, T., & Rahmawati, N. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Desain Grafis Berbasis Canva. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 4(3), 112–118.

¹⁰ We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Retrieved from <https://wearesocial.com>

¹¹ Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.

¹² Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui observasi langsung selama pelatihan, wawancara informal dengan peserta, serta dokumentasi hasil desain media promosi yang dibuat. Pendekatan ini memberikan gambaran nyata tentang proses belajar dan perubahan keterampilan peserta setelah pelatihan.

4. Analisis Data

Data yang diperoleh dari studi pustaka dan survei lapangan dianalisis menggunakan content analysis atau analisis isi, yakni teknik analisis yang bertujuan mengidentifikasi tema-tema utama, pola, dan makna dari data kualitatif yang diperoleh¹³. Analisis ini membantu merumuskan pembahasan yang komprehensif terkait dampak pelatihan dalam peningkatan kemampuan promosi digital UMKM madu murni di desa sasaran.

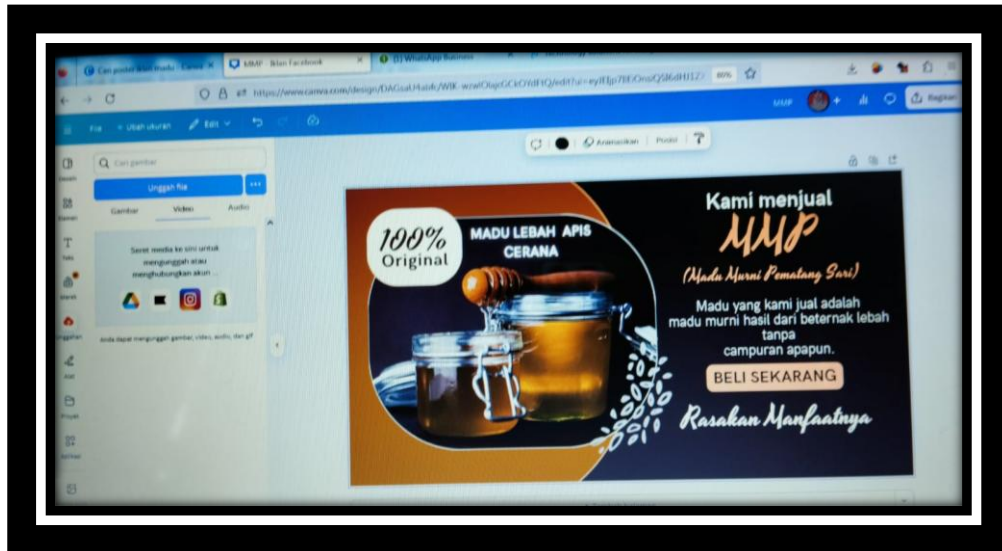
D. PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan penggunaan aplikasi Canva sebagai media promosi sederhana di Desa Pematang Sari, Blok C, Kecamatan Mesuji Makmur, Kabupaten Ogan Komering Ilir, berlangsung selama satu hari penuh pada tanggal 31 Mei 2025. Kegiatan tatap muka ini melibatkan tiga dosen dari IAI-IPMU Gumawang sebagai fasilitator, yaitu Widodo, M.Kom, Akhsanul Huda, M.Pd.I, dan Ahmadi, M.Pd.I, serta beberapa pelaku UMKM madu murni seperti Ibu Murni, Ibu Romyati, Lailatul Husna, dan Bapak Masru'i yang juga merupakan peternak sekaligus pedagang madu lokal. Produk madu yang mereka kelola mencakup madu murni dari lebah Apis cerana dan madu klanceng (*Trigona spp*), yang memiliki potensi ekonomi dan budaya yang khas di wilayah tersebut.

Kegiatan pelatihan difokuskan pada pembelajaran praktis, dimulai dari pengunduhan aplikasi Canva melalui Playstore di perangkat Android, dan melalui web, kemudian pembuatan akun, hingga pembuatan dan modifikasi desain grafis yang dapat langsung diunduh dan digunakan sebagai media promosi. Tahapan ini disusun untuk memberikan pengalaman langsung agar peserta mampu mengoperasikan aplikasi secara mandiri. Proses pelatihan ini sesuai dengan prinsip pembelajaran aktif yang

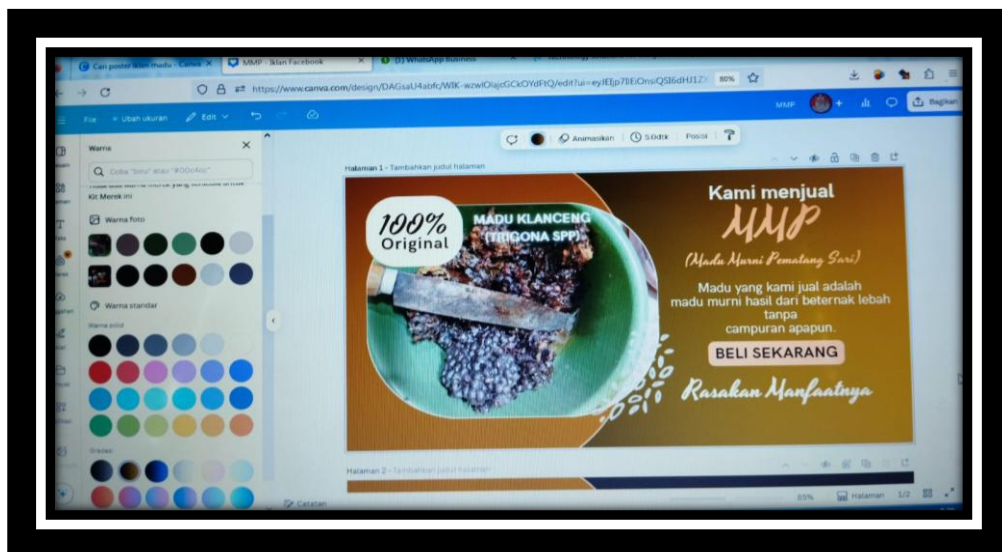
¹³ Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (3rd ed.). Sage Publications.

menempatkan peserta sebagai subjek yang belajar dengan praktek langsung¹⁴. Tahap berikutnya adalah belajar cara membuat desain menggunakan canva melalui web online dapat dilihat di gambar berikut :



Gambar 1.

Foto Kegiatan Pelaksanaan Desain Menggunakan Aplikasi Canva



Gambar 2.

Foto Kegiatan Pelaksanaan Desain Menggunakan Aplikasi Canva

Hasil wawancara dan observasi selama pelatihan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan Canva. Peserta mengaku

¹⁴ Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice Hall.

lebih percaya diri dalam membuat desain promosi yang menarik tanpa harus bergantung pada jasa desain profesional yang mahal. Hal ini sejalan dengan temuan dari Nugroho dan Wulandari yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi desain grafis sederhana seperti Canva dapat meningkatkan kapasitas pemasaran UMKM secara signifikan¹⁵.

Tanggapan positif juga disampaikan oleh Ibu Murni, yang merasa pelatihan ini sangat membantu dalam menunjang pemasaran produk madu murni, khususnya untuk memperluas jangkauan pasar melalui media digital. Canva sebagai platform desain online memang dikenal dengan antarmuka yang user-friendly, menyediakan berbagai template siap pakai yang memudahkan pemula dalam menghasilkan desain profesional¹⁶.

Meski demikian, pelatihan ini menghadapi beberapa kendala yang perlu menjadi perhatian. Pertama, keterbatasan waktu bagi peserta untuk mendalami pengoperasian aplikasi secara maksimal karena kesibukan dalam usaha sehari-hari. Kedua, masalah koneksi internet yang tidak stabil di desa Pematang Sari menjadi hambatan signifikan, mengingat Canva merupakan aplikasi berbasis daring yang memerlukan akses internet yang baik. Hal ini sesuai dengan studi dari Rahmawati yang menyoroti pentingnya infrastruktur digital dalam mendukung literasi teknologi di daerah terpencil¹⁷.

Selain itu, kurangnya perangkat pendukung seperti laptop atau komputer membuat peserta hanya mengandalkan smartphone, yang walaupun praktis, memiliki keterbatasan dalam pengoperasian desain grafis yang kompleks. Situasi ini menunjukkan kebutuhan untuk peningkatan fasilitas teknologi bagi pelaku UMKM di desa tersebut agar mereka dapat mengoptimalkan potensi aplikasi desain secara lebih efektif. Evaluasi akhir menunjukkan bahwa walaupun pelatihan ini berhasil meningkatkan kemampuan dasar peserta dalam membuat media promosi, kendala teknis dan waktu menjadi faktor yang membatasi dampak maksimalnya. Oleh karena itu, diperlukan tindak lanjut berupa pelatihan lanjutan, peningkatan akses internet, serta penyediaan sarana teknologi yang memadai agar UMKM madu murni di Pematang Sari dapat lebih optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pengembangan usaha. Secara keseluruhan,

¹⁵ Nugroho, H., & Wulandari, A. (2021). Pemanfaatan Teknologi Desain Grafis Digital dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 3(2), 89-97.

¹⁶ Smith, J. (2020). *User-Friendly Graphic Design Tools for Small Businesses*. *Digital Marketing Journal*, 5(1), 45-52.

¹⁷ Rahmawati, D. (2019). Infrastruktur Digital dan Literasi Teknologi di Daerah Terpencil. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Digital*, 2(1), 15-26.

pelatihan ini menjadi langkah awal yang strategis dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam praktik pemasaran UMKM tradisional. Hal ini sejalan dengan paradigma baru dalam pemberdayaan masyarakat melalui teknologi yang menekankan pada peningkatan kemampuan digital sebagai kunci keberlanjutan usaha di era globalisasi¹⁸.

E. PENUTUP

Pelatihan membuat media promosi sederhana dengan aplikasi Canva efektif dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM madu murni di Desa Pematang Sari. Canva sebagai aplikasi desain online yang mudah digunakan memungkinkan pelaku usaha membuat berbagai media promosi yang menarik secara mandiri. Peningkatan kemampuan ini berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan daya saing produk UMKM dalam memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam di era globalisasi.

F. DAFTAR PUSTAKA

Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.

Hidayat, T. (2022). *Pemberdayaan UMKM Melalui Teknologi Digital di Era Globalisasi*. Jurnal Ekonomi dan Pemberdayaan, 7(3), 120–130.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (3rd ed.). Sage Publications.

¹⁸ Hidayat, T. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Teknologi Digital di Era Globalisasi. *Jurnal Ekonomi dan Pemberdayaan*, 7(3), 120-130.

Nugroho, H., & Wulandari, A. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Desain Grafis Digital dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM*. Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital, 3(2), 89–97.

Putri, R. A. (2020). *Pemanfaatan Canva Sebagai Media Desain Digital untuk Peningkatan Branding UMKM*. Jurnal Teknologi dan Informasi, 6(2), 90–98.

Rahmawati, D. (2019). *Infrastruktur Digital dan Literasi Teknologi di Daerah Terpencil*. Jurnal Pengembangan Masyarakat Digital, 2(1), 15–26.

Smith, J. (2020). *User-Friendly Graphic Design Tools for Small Businesses*. Digital Marketing Journal, 5(1), 45–52.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sukirman, S., & Nurhayati, N. (2021). *Peran Desain Grafis Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM*. Jurnal Desain Komunikasi Visual, 9(1), 22–30.

Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.

We Are Social. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. Retrieved from <https://wearesocial.com>

Yuliana, T., & Rahmawati, N. (2022). *Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Desain Grafis Berbasis Canva*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), 4(3), 112–118.