

Pelatihan Digital Marketing melalui Aplikasi Canva untuk Menunjang Nilai Tambah UMKM di Kelurahan Kedungkandang, Malang

Melinda Aprilia Putri¹, Lidya Andrianto², Nurul Fadhillah³, Ika Sari Tondang⁴

^{1,2,3,4} Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

e-mail: ika.sari.agribis@upnjatim.ac.id

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk mengkaji penerapan Canva dalam membantu menciptakan identitas visual secara profesional sehingga mencapai keunggulan positif di daya saing UMKM era digital. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Kelurahan Kedungkandang, Kota Malang dengan target sasaran para pelaku UMKM yang memiliki usaha untuk dikembangkan. Permasalahan sering terjadi pada UMKM karena kurangnya pelatihan sehingga pemasaran tidak dapat secara optimal dilakukan. Upaya yang dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan dan pengenalan platform digital Canva sebagai sarana dalam membuat desain. Pelatihan dilakukan secara diskusi dan pendampingan agar optimal mengoperasikan Canva menjadi luaran berupa desain guna memperkuat identitas visual UMKM. Hasil akhir dari kegiatan diharapkan pelaku UMKM memiliki pengetahuan, keterampilan dan kemauan tinggi dalam menggunakan Canva sebagai sarana pembuatan konten dan desain pada produk.

Kata kunci: *Pelatihan, Aplikasi Canva, UMKM, Pemasaran Digital*

Abstract

This activity aims to examine the application of Canva in helping to create a professional visual identity so as to achieve positive advantages in the competitiveness of MSMEs in the digital era. Community service activities were carried out in Kedungkandang Village, Malang City with the target of MSME actors who have businesses to develop. Problems often occur in MSMEs due to lack of training so that marketing cannot be carried out optimally. Efforts that can be made by holding training and introducing the Canva digital platform as a means of creating designs. Training is carried out through discussion and mentoring in order to optimally operate Canva into outputs in the form of designs to strengthen the visual identity of MSMEs. The final result of the activity is expected that MSME actors have high knowledge, skills and willingness to use Canva as a means of creating content and product design.

Keywords: *Training, Canva Application, MSMEs, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Dengan semakin meluasnya penggunaan teknologi informasi, UMKM diharapkan mampu beradaptasi dengan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing, efisiensi, dan jangkauan pasar. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah penggunaan digital marketing melalui platform desain grafis seperti Canva. Platform ini mempermudah pelaku UMKM, terutama mereka yang tidak memiliki latar belakang desain, untuk menciptakan materi promosi visual yang menarik, seperti logo, banner, dan konten media sosial.

Permasalahan seringkali dirasakan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya khususnya dalam hal pemasaran. Permasalahan dalam hal pemasaran dapat terjadi karena kurangnya pemahaman serta pelatihan kepada pelaku UMKM sehingga menyebabkan terjadinya keterbatasan dalam hal promosi. Promosi yang tidak tepat sasaran dapat menyulitkan konsumen dalam mengetahui identitas visual atas usaha tersebut (Susanti *et al.*, 2023). Pernyataan tersebut didukung oleh Cholil, (2018) bahwa branding atau perubahan kualitas dari visual produk hingga

pelayanan menjadi lebih baik dapat dijadikan acuan dan ajang dalam menciptakan promosi yang menarik dan efektif. Pengendalian yang tepat akan permasalahan ini dapat mendukung kemajuan usaha dalam menentukan sisi positif dan letak usaha mereka dalam menciptakan daya saing dan keberlanjutan kemajuan usahanya.

Peran strategis dimiliki oleh setiap UMKM dapat membangun perekonomian Indonesia. Namun, berbagai kendala seperti minimnya akses terhadap teknologi, keterbatasan kemampuan promosi, dan kurangnya pelatihan digital seringkali menjadi hambatan utama. Di Kelurahan Kedungkandang, sebagian besar UMKM didominasi oleh usaha mikro seperti produksi makanan rumahan yang dikelola oleh ibu-ibu anggota Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Kelompok ini memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha mereka jika diberikan dukungan dan pelatihan yang tepat. Salah satu langkah strategis adalah memberikan pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi Canva, yang dapat membantu mereka menciptakan identitas visual usaha yang lebih profesional. Canva menjadi salah satu platform sederhana pada digital marketing untuk meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM dalam menciptakan berbagai konten menarik secara praktis dan komunikatif sehingga mampu berorientasi terhadap peningkatan penjualan (Amegia & Hidayatulloh, 2023).

Pelatihan ini mencakup pembuatan logo dan banner untuk produk-produk UMKM makanan yang dikelola oleh anggota PKK. Sosialisasi dan pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami penggunaan aplikasi Canva tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara mandiri. Logo yang menarik dapat menjadi elemen penting dalam branding, menciptakan kesan profesional, dan membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, banner yang dirancang secara kreatif dapat digunakan untuk promosi, baik secara offline maupun online, sehingga mampu meningkatkan visibilitas produk di pasar yang lebih luas (Febiansa *et al.*, 2023).

Berdasarkan kebutuhan tersebut, mahasiswa dari Universitas Pembangunan Nasional (UPN) "Veteran" Jawa Timur mengambil inisiatif untuk mengadakan program pelatihan digital marketing ini. Program ini dirancang untuk memberdayakan ibu-ibu PKK di Kelurahan Kedungkandang melalui penggunaan Canva. Mahasiswa tidak hanya memberikan pelatihan teknis tetapi juga membantu membuat logo dan banner untuk setiap usaha UMKM yang ada. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah pada produk UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Pendekatan yang diterapkan meliputi sosialisasi manfaat digital marketing, pelatihan pembuatan logo dan banner, hingga pendampingan dalam implementasi. Para peserta diajak untuk memahami filosofi desain visual, mulai dari pemilihan warna hingga elemen grafis yang relevan dengan produk mereka. Hasil dari kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak nyata terhadap keberlanjutan usaha UMKM, sekaligus meningkatkan rasa percaya diri ibu-ibu PKK dalam mengelola bisnis mereka.

Pelatihan ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengadopsian teknologi sederhana seperti Canva dapat meningkatkan produktivitas UMKM hingga 80%, terutama dalam menciptakan materi promosi yang menarik dan efektif (Ananda *et al.*, 2022). Selain itu, penggunaan Canva telah terbukti membantu memperluas jaringan pemasaran UMKM di platform digital, seperti e-commerce dan media sosial (Febiansa *et al.*, 2023). Hasil ini didukung oleh temuan Wahyuni (2021), yang menunjukkan bahwa pelatihan teknologi berbasis aplikasi dapat meningkatkan keterampilan UMKM dalam mendesain promosi hingga 85%. Studi lain oleh Pratama & Sari (2020) juga menegaskan bahwa teknologi seperti Canva mampu menciptakan identitas brand yang lebih konsisten dan menarik perhatian konsumen. Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Kedungkandang dapat lebih siap bersaing di era digital, baik dalam skala lokal maupun nasional.

Melalui kegiatan pelatihan secara intensif menjadi upaya yang efektif untuk mengatasi permasalahan pada UMKM. Pelatihan lebih difokuskan terhadap penerapan digital marketing dapat memperkuat banding dan identitas visual produk UMKM agar mampu bersaing pada persaingan pasar yang luas. Wujud dari kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan, kepercayaan diri terhadap visibilitas produk para pelaku UMKM menuju pada pemasaran yang lebih luas baik secara offline maupun online. Untuk mewujudkan terjadinya branding, maka

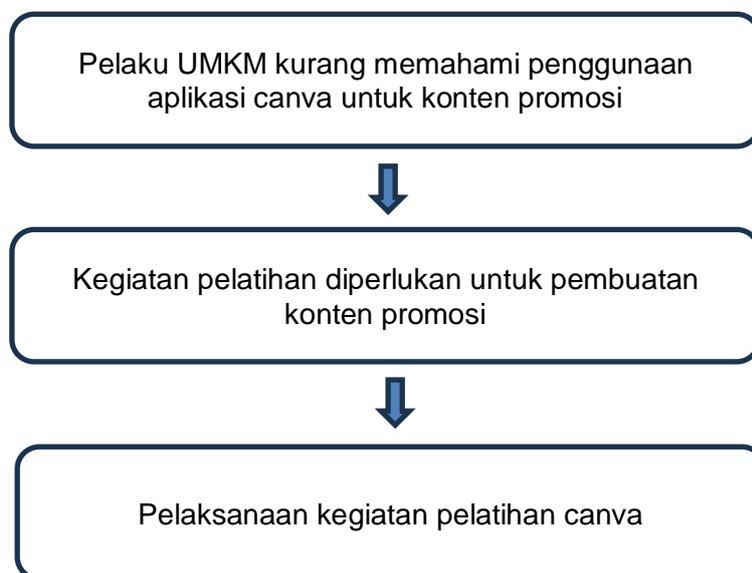
diperlukan perpaduan yang kuat dan menarik antar elemen pada platform Canva sehingga mampu menciptakan hasil output desain yang menarik dan profesional sebagai sarana promosi.

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait efektivitas pelatihan digital marketing berbasis Canva dalam meningkatkan kemampuan promosi UMKM di Kelurahan Kedungkandang. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mengkaji sejauh mana penerapan Canva dapat membantu menciptakan identitas visual yang profesional serta dampaknya terhadap pengembangan usaha dan peningkatan daya saing UMKM di era digital.

METODE

Metode pengabdian masyarakat yang dilakukan yaitu menggunakan metode pelatihan, dimana metode tersebut digunakan untuk menerangkan kepada pelaku UMKM di RT 04 Kelurahan Kedungkandang, Sawojajar, Kota Malang. Data didapatkan melalui survey, observasi kepada pelaku UMKM. Media yang digunakan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berupa Powerpoint. Kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi dua sesi. Pada sesi pertama yaitu dilakukan pemaparan materi tentang pengenalan dan bagaimana cara penggunaan aplikasi canva oleh mahasiswa dilanjutkan dengan praktik secara langsung dari para pelaku UMKM dengan target ibu-ibu PKK didampingi dengan mahasiswa yang bertugas.

Kegiatan pelatihan dimulai dengan mencari tahu permasalahan yang dihadapi oleh ibu-ibu pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Kedungkandang yang ternyata mereka belum terlalu paham mengenai penggunaan aplikasi canva untuk menunjang kegiatan promosi. Kemudian, kegiatan pelatihan dimulai dengan mahasiswa memberikan penjelasan mengenai aplikasi canva. Di awal pertama ibu-ibu PKK mengaku kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi canva dan kami membantu mereka untuk menerangkan secara langsung. Pelatihan dilakukan pada tanggal 09 November 2024 dan dihadiri oleh 9 ibu-ibu PKK RT 04 Kelurahan Kedungkandang Kecamatan Sawojajar. Tempat pelaksanaan kegiatan pelatihan yaitu di rumah ketua RT 04. Melalui pelatihan ini dapat dilakukan analisis dengan pertimbangan pelaku UMKM yang kurang memahami hingga memahami materi dan praktik yang disampaikan, sehingga dapat dijadikan evaluasi atas kegiatan yang dilakukan. Berikut adalah diagram alir dari pelaksanaan pelatihan penggunaan aplikasi Canva :



Gambar 1. Diagram alir pelaksanaan pelatihan digital marketing

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan yaitu para peserta pelatihan yang memiliki UMKM di Kelurahan Kedungkandang mendapatkan pengetahuan mengenai desain pembuatan logo dan banner yang dapat membantu UMKM dalam meningkatkan nilai tambah dan pemasaran produk. Pelatihan digital marketing melalui aplikasi

Canva di Kelurahan Kedungkandang bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah UMKM setempat. Dengan penggunaan aplikasi Canva, pelaku UMKM dapat belajar dalam membuat logo dan banner yang menarik dan profesional secara mudah tanpa memerlukan keahlian desain grafis yang mendalam. Peserta pelatihan diperkenalkan pada fitur-fitur Canva yang menarik dan mudah digunakan termasuk dalam pemilihan template, desain kreatif, dan optimalisasi elemen visual. Pembuatan desain logo dan banner diciptakan secara relevan dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh UMKM. Melalui kegiatan pelatihan ini diharapkan pelaku UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan secara digital. Selain itu pelaku UMKM juga diharapkan dapat meningkatkan branding usaha dan dapat bersaing dengan pasar yang semakin kompetitif di era digital saat ini. Kegiatan pelatihan ini juga sekaligus untuk mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital secara efektif.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Canva Kepada Para Pelaku UMKM

Pelatihan Canva dilakukan dengan target para pelaku UMKM dengan tujuan untuk membantu dalam meningkatkan keterampilan desain grafis melalui pemberian materi yang diberikan sehingga mampu membawa kepada pemasaran efektif. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan, penjelasan mengenai pentingnya visual branding bagi UMKM dan pengenalan Canva sebagai platform desain paling sederhana guna menunjang kegiatan usaha. Penggunaan Canva dinilai efektif bagi banyak UMKM untuk dapat menumbuhkan kreativitasnya melalui pembuatan desain grafis yang beragam seperti poster, logo, presentasi dan konten visual lainnya yang mampu meningkatkan omset penjualan (Sholeh *et al.*, 2020).

Saat pengenalan platform Canva dilakukan penjelasan dengan sangat rinci seperti pada arti penggunaan fitur dan elemen yang tersedia. Praktik langsung diterapkan setelah pemberian materi guna mengetahui seberapa besar pemahaman dan kemampuan yang telah diberikan selama kegiatan pelatihan berlangsung. Pada kegiatan ini, mendapatkan beberapa permasalahan saat kegiatan pelatihan seperti para pelaku UMKM belum memahami mengenai topik, ruang penyimpanan pada alat elektronik yang kurang mumpuni dan hambatan akses internet dalam melakukan kegiatan edit pada platform Canva. Namun dibalik terjadinya permasalahan tersebut terdapat para pelaku UMKM yang antusias dan aktif dalam melakukan desain, diskusi dan tanya jawab seputar kegiatan dan menyelesaikan tantangan yang dihadapi dalam pembuatan desain. Hasil luaran desain atas kegiatan pelatihan ini tentu sangat diapresiasi baik, dimana para pelaku UMKM memberikan penjelasan terhadap desain yang telah dibuat sehingga terjadinya evaluasi dan feedback dari pemberi materi untuk lebih lagi meningkatkan kualitas desainnya.



Gambar 3. Pemaparan Materi Pemanfaatan Aplikasi Canva

Pemaparan materi dilakukan sebagai sarana dalam memberikan kemudahan akses bagi para pelaku UMKM dalam memajukan usahanya, misalnya dalam membuat logo, banner, daftar menu maupun poster. Adapun kegiatan usaha yang diusahakan oleh pelaku UMKM di Kelurahan Kedungkandang seperti salad, es teler creamy keju, pentol, rempeyek, sambal pecel, catering dan masih banyak lagi. Kegiatan pelatihan ini dilakukan secara terarah melalui penggunaan Canva dengan memperhatikan kesesuaian penerapannya pada masing-masing pelaku UMKM. Hal ini dilakukan dengan harapan dapat mengembangkan kreativitas serta usaha UMKM dalam menjalani perkembangan trend. Sesi pemaparan materi dan pelatihan pemanfaatan Canva telah dilakukan dengan diiringi tingginya antusias para pelaku UMKM di Kelurahan Kedungkandang dalam mengungkapkan pendapat, bertanya hingga menunjukkan praktik setelah diberikan materi serta arahan.



Gambar 4. Praktik dan Evaluasi Penerapan Digital Marketing

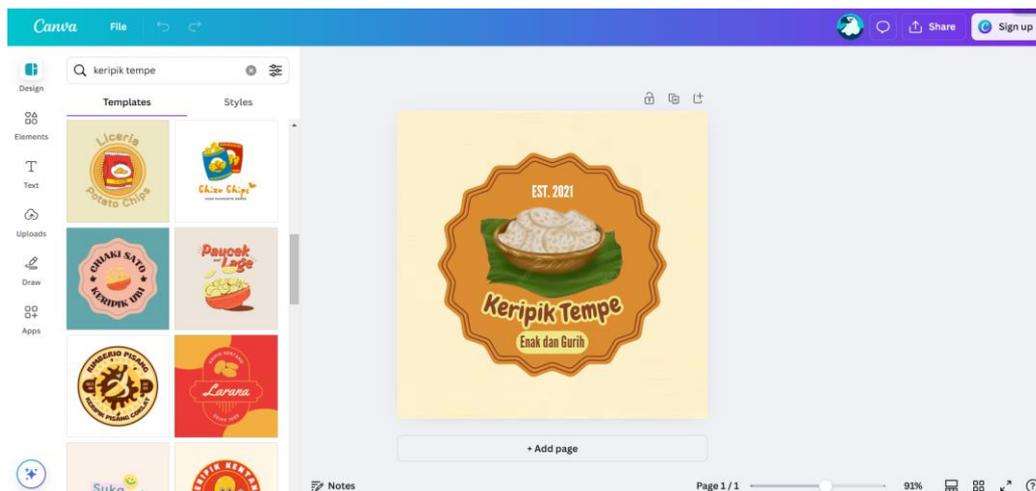
Besarnya antusias atau keingintahuan peserta pelatihan menunjukkan bahwa kebutuhan akan penguasaan teknologi kreatif seperti Canva sangat dibutuhkan untuk mendukung pengembangan usaha UMKM. Melalui terciptanya kesadaran para pelaku UMKM mengenai pentingnya penggunaan Canva sebagai media digital dapat secara perlahan memperbaiki aspek visual branding, sehingga mampu menarik pelanggan kearah persaingan pasar yang lebih dinamis di produk usaha serupa. Dengan kata lain, kegiatan pelatihan ini dapat memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM untuk menjembatani sekaligus memotivasi pada usaha yang dijalankan sehingga lebih terarah dan berorientasi terhadap tingginya pendapatan. Menurut Purnomo *et al.*,

(2021) menyatakan bahwa melalui penerapan pembuatan desain yang menarik seperti logo, kemasan, poster dan flyer dapat secara tidak langsung pada UMKM dalam meningkatkan brand awareness dan kinerja penjualan, oleh karena itu perlunya rebranding desain namun tidak menghilangkan beberapa unsur yang dapat mempengaruhi tingkat pembelian produk.



Gambar 5. Hasil Luaran Karya Pelaku UMKM

Pelatihan yang diselenggarakan pada para pelaku UMKM di Kelurahan Kedungkandang memperoleh respon positif sehingga mampu menjalin komunikasi dua arah antara pemberi materi dan pelaku UMKM. Hasil dari pelatihan ini dapat membuahkan luaran yang sangat kreatif dan inovatif dari para pelaku UMKM berupa perkembangan logo usahanya. Elemen dan fitur penggunaan Canva diaplikasikan dengan sangat baik seperti desain, bentuk, proporsi, warna dan font. Logo dapat menjadi identitas dalam menarik perhatian dan menyampaikan pesan sehingga perlu mempertimbangkan desain produk UMKM yang memuat informasi dengan kesesuaian warna, bentuk dan font sebagai cerminan target pemasaran (Walton *et al.*, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu mengintegrasikan materi pelatihan sebelumnya ke dalam kebutuhan spesifik usahanya yang dapat ditunjukkan melalui gambar 3. Terdapat beberapa pelaku UMKM yang berhasil memanfaatkan media Canva secara efektif dalam membuat promosi digital atas usahanya. Melalui kegiatan pelatihan ini, dilakukan adanya evaluasi kepada para pelaku UMKM untuk dapat memperbaiki kesalahan baik dalam desain maupun elemen pada luaran yang telah dibuat.



Gambar 6. Desain Logo dengan Pertimbangan Elemen

Penerapan elemen melalui luaran karya yang diciptakan oleh pelaku UMKM tidak hanya dapat menarik secara visual saja namun harus mampu merepresentasikan secara efektif identitas atas usaha yang dijalankan. Elemen yang harus diperhatikan dalam pemanfaatan sarana digital seperti canva yaitu: (1) bentuk; melambangkan pesan yang ingin disampaikan karena memberikan kesan sesuai dengan tujuan dan identitas produk (2) warna; harus konsisten karena mampu mempengaruhi identitas produk, sebaiknya warna yang dipergunakan harus memiliki kombinasi yang baik dan melambangkan produk yang akan diperjualkan. (3) pemilihan font; melakukan pemilihan yang mudah untuk dibaca, seperti font sans serif yang memberikan kesan formal dalam pembuatan desain.

Seperti halnya yang termuat dalam gambar 6 membuktikan bahwa penggunaan platform Canva telah efisien dilakukan karena dapat mencerminkan identitas produk sehingga mampu membawa terhadap pemasaran lebih luas. Konsep sederhana namun elegan dapat memberikan kesan dalam visual, dimana dalam pembuatan konten kreatif maupun desain grafis diperlukan perpaduan yang selaras dengan produk usaha. Dalam pembuatan desain menjadi acuan untuk terus berkembang, dengan artian perpaduan akan elemen dalam sebuah desain dapat melambangkan identitas atas produk. Pernyataan tersebut sesuai dan didukung oleh pendapat Ainurrofiqin (2021) menyatakan bahwa semakin sederhananya pembuatan karya namun diiringi dengan informasi akan produk dapat memperkuat citra kepercayaan dan kualitas produk sehingga tinggi peluang produk mencapai pemasaran lebih luas.

Pelatihan digital marketing berbasis Canva merupakan suatu kegiatan yang efektif dalam meningkatkan kemampuan promosi pelaku UMKM di Kelurahan Kedungkandang. Kemudahan dalam penggunaan aplikasi Canva yang memiliki fitur-fitur menarik memungkinkan peserta untuk dapat memahami dan menerapkan konsep desain grafis dengan cepat bahkan bagi mereka yang belum familiar dengan teknologi. Melalui pelatihan ini, peserta dapat menciptakan materi promosi berupa logo dan banner yang lebih menarik sehingga dapat memperkuat dan meningkatkan branding produk UMKM yang mereka miliki. Efektivitas pelatihan juga dapat terlihat dari meningkatnya keaktifan peserta dalam memanfaatkan digital marketing dalam proses pemasaran dengan memanfaatkan desain yang menarik perhatian dan minat konsumen. Selain itu, kemampuan dalam memanfaatkan aplikasi Canva juga dapat memberikan nilai tambah dalam jangka waktu yang panjang karena peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis tetapi juga strategi pemasaran yang modern. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis Canva praktis dan dapat memberikan dampak nyata terhadap pengembangan usaha UMKM. Apabila produk yang diciptakan memiliki kualitas baik, namun tidak diiringi dengan pemasaran yang optimal maka kegiatan penjualan kemungkinan besar tidak dapat berlangsung baik karena terbatasnya jangkauan (Sukoco, 2018).

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah peserta sosialisasi yaitu pemilik UMKM di Kelurahan Kedungkandang sangat antusias dalam kegiatan

sosialisasi yang dilakukan. Antusias peserta sosialisasi ditunjukkan dengan keterlibatan peserta dalam merespon melalui berbagai macam pertanyaan mengenai materi yang disampaikan, semangat selama kegiatan berlangsung, dan kemampuan peserta dalam mengikuti setiap materi yang disampaikan. Materi yang telah diberikan dalam kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat diimplementasikan oleh para peserta dengan baik sehingga pemasaran produk yang dimiliki oleh UMKM dapat terus meningkat.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk menunjang kegiatan pemasaran. Setelah mengikuti kegiatan pelatihan, peserta mampu membuat logo dan banner yang menarik dan relevan dengan identitas usaha yang mereka miliki dengan menggunakan aplikasi Canva. Hasil desain yang diciptakan oleh peserta pelatihan mampu meningkatkan daya tarik visual produk UMKM mereka. Daya tarik visual dapat tercipta dengan menciptakan identitas visual yang profesional sehingga berdampak baik dalam pengembangan dan peningkatan daya saing UMKM di era digital. Melalui kegiatan pelatihan peserta menjadi lebih percaya diri dalam memanfaatkan alat digital untuk memperkuat dan meningkatkan branding usaha mereka, hal tersebut dapat menjadi acuan dalam memperluas jangkauan pasar dalam meningkatkan daya tarik akan produk yang dipasarkan melalui platform digital. Peningkatan akan daya saing produk akan terus berkembang mengikuti dengan perubahan tren yang terjadi, sehingga diperlukan identitas visual yang konsisten guna mengikat para konsumen untuk menjadi loyal. Oleh karena itu peran dan tujuan kegiatan pelatihan sangat perlu diterapkan kepada pelaku UMKM, tidak hanya sebagai sarana memberikan keterampilan teknis tetapi juga dapat meningkatkan motivasi pelaku UMKM untuk terus berinovasi dalam memasarkan produk mereka secara efektif dan kreatif.

Evaluasi keberhasilan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat diketahui dari tingkat keterampilan pelaku UMKM. Sebelum adanya kegiatan sosialisasi, pelaku UMKM belum dapat menciptakan logo UMKM sendiri. Namun setelah kegiatan selesai dilaksanakan, pelaku UMKM sudah dapat membuat logo UMKM milik mereka sendiri. Indikator keberhasilan kegiatan juga dapat dilihat dari respon positif dari pelaku UMKM yang ditandai dengan adanya pembuatan desain logo produk UMKM untuk meningkatkan nilai jual produk para pelaku UMKM Kelurahan Kedungkandang.

SIMPULAN

Digital marketing menjadi strategi optimal dalam pemasaran produk, dimana terdapat platform digital berupa Canva yang menyediakan sarana dalam membuat berbagai desain menarik. Program pengabdian masyarakat dilaksanakan pada UMKM di Kelurahan Kedungkandang dengan sangat baik karena mampu menciptakan *feedback* serta luaran desain sesuai atas kegiatan yang telah dilakukan. Program pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa peserta memahami dan menerapkan Canva dengan baik, yang dibuktikan dengan pembuatan logo usaha. Sebaiknya secara berkala para pelaku UMKM perlu diberikan adanya pelatihan guna menciptakan identitas visual yang profesional sehingga dapat memberikan kesan lebih kompetitif dalam menjangkau segmen dan persaingan pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainurrofiqin, M. (2021). *99 Strategi Branding di Era 4.0: Kupas Tuntas Metode Jitu Membangun Citra Baik, Meyakinkan Pelanggan, dan Membangun Kesadaran Merek*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Amegia, M. W., & Hidayatulloh, A. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing dengan Menggunakan Software Canva Guna Pengembangan Bisnis. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 8(2), 1820. <https://doi.org/10.31764/jmm.v8i2.21509>
- Cholil, A. M. (2018). *101 branding ideas: Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Febiansa, K. Z., Yuniarti, T., & Fakhran Al Ramadhan, M. (2023). Optimalisasi Aplikasi Canva dalam Upaya Meningkatkan UMKM. *An-Nizam*, 2(3), 72–78. <https://doi.org/10.33558/an-nizam.v2i3.7869>

- Pratama, A., & Sari, D. (2020). *Canva Sebagai Solusi Branding Modern untuk UMKM. Teknologi untuk UMKM Indonesia*. Surabaya: Andalas Publishing House.
- Purnomo, G. H., P, B. P. P., & Rahmadianto, S. A. (2021). Rebranding UMKM Macnfish.id Untuk Meningkatkan Brand Awareness untuk Konsumen Usia 17-38 Tahun di Kota Surabaya. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 2(1), 73–85. <https://doi.org/10.33479/sb.v2i1.130>
- 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. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran Teori dan Aplikasinya*. Jember: Pustaka Abadi.
- Susanti, A., Suratani Handayani, L., Komariah Hildayati, S., Hertati, L., & Rum Hendarmin, R. M. (2023). Branding dan Labeling Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk Emping Singkong UMKM di Desa Petanang. *Communnity Development Journal*, 4(4), 7628–7635. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.19133>
- Wahyuni, R. (2021). *Digitalisasi UMKM: Strategi Peningkatan Produktivitas dengan Teknologi Desain. Buku Ajar Pemberdayaan UMKM*. Jakarta: Media Inovasi Indonesia.
- Walton, E. P., Haiyudi, H., Purnamasari, R., Pratama, Y. B., Nurjanah, N., Yurdayanti Yudaryanti, R. V., & Nabela, S. J. (2024). Pelatihan Packaging dan Pembuatan Logo Bagi Pelaku UMKM untuk Meningkatkan Nilai Ekonomis Produk. 8(3), 3020–3030. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v8i3.23313>