

Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar pada Media Sosial Sebagai Upaya Hasil Produk UMKM di Desa Kebun Durian Kabupaten Kampar

Antoni Pribadi¹, Andri Nofiar, Am^{2*}, Indah Purnama Putri³, Rahmad Akbar⁴,
Dzulhijjah Yetti⁵, Ardiansyah Hamid⁶, Merlia Rahma Yani⁷, Nofrifaldi⁸

^{1,2*,3,4,5,6,7,8} Politeknik Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, Indonesia.

Email: antonipribadi.polkam@gmail.com¹, andrinofiar90@gmail.com^{2*}, indahpurnamaputri86@gmail.com³, rahmadakbar1995@gmail.com⁴, dzulhijjahyetti14@gmail.com⁵, ardiansyahhamid31@gmail.com⁶, merliarahmayani@gmail.com⁷, nofrifaldi1111@gmail.com⁸

Histori Artikel:

Dikirim 6 Februari 2023; *Diterima dalam bentuk revisi* 20 Maret 2023; *Diterima* 25 April 2023; *Diterbitkan* 20 Mei 2023. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Saat ini para pelaku UMKM sering kali terlalu fokus pada proses produksi, tidak diimbangi dengan pemasaran dan promosi, sehingga mengalami kendala dalam penjualan produknya. Begitu produk diproduksi secara melimpah, mereka kesulitan menjualnya dengan cepat. Promosi dilakukan secara konvensional dari mulut ke mulut atau hanya menampilkan produk mereka di toko-toko di sekitar wilayah mereka. Upaya mengatasi pemasaran UMKM antara lain dengan memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM melalui digitalisasi. Digitalisasi UMKM merupakan upaya digitalisasi pemasaran produk UMKM oleh pelaku UMKM. Sederhananya, memudahkan para pebisnis untuk menjual produknya secara online di era teknologi yang semakin canggih. Salah satu digitalisasi pemasaran produk UMKM adalah dengan memanfaatkan aplikasi Canva. Canva adalah program desain online yang menyediakan berbagai fitur edit video, gambar atau foto, desain grafis, dan lainnya. Kegiatan pengabdian yang dilakukan bertujuan untuk memberikan wawasan kepada UMKM dalam menggunakan media sosial dalam melakukan promosi dan membuat konten produk yang memiliki daya tarik dan dapat dilakukan dengan mudah serta memberikan pelatihan kepada UMKM di Desa Kebun Durian agar dapat mempromosikan hasil UMKM dengan memanfaatkan digital teknologi. Sebanyak 34 peserta pelatihan berhasil membuat desain maket dan logo menggunakan aplikasi Canva sebagai media promosi dan meningkatkan nilai jual produk UMKM.

Kata Kunci: UMKM; Canva; Desa Kebun Durian.

Abstract

Currently, MSME stakeholders are facing problems in selling their products as they often focus too much on the production process and do not balance marketing and advertising. When a product is produced in large quantities, it becomes difficult to sell quickly. Advertising is usually done by word of mouth or by displaying products in local stores. Efforts to overcome MSME marketing include providing training to his MSME stakeholders through digitization. Digitization of MSME is an attempt by an MSME subject to digitize the marketing of his MSME products. Simply put, it makes it easier for business people to sell their products online in an increasingly demanding technology age. One of his ways to digitize MSME product marketing is with the Canva application. Canva is an online design program that offers video, image or photo editing, graphic design and more. The service activities conducted are intended to provide insight into the use of social media by MSMEs in conducting promotions and creating engaging and easy-to-implement product content. Training will also be provided to MSMEs in Kebun Durian Village to utilize the results of MSMEs in promoting digital technology. Up to 34 trainees were able to create mockups and logo designs using his Canva application as an advertising medium to increase the sales value of their MSME products.

Keywords: MSME; Canva; Kebun Durian Village.

1. Pendahuluan

Kecamatan Gunung Sahilan merupakan sebuah kecamatan yang berdiri pada hari Rabu tanggal 7 Desember 2006 di Kabupaten Kampar. Sebelumnya Gunung Sahilan masuk wilayah Kecamatan Kampar Kiri. Pemekaran kecamatan ini terjadi pada masa Reformasi. Ketika itu Kecamatan Gunung Sahilan terdiri dari 5 desa, yakni desa Gunung Sahilan, desa Kebun Durian, desa Subarak, desa Suka Makmur, dan Desa Gunung Sari. Namun beberapa tahun berikutnya terjadi pemekaran desa sehingga Kecamatan Gunung Sahilan yang pada mulanya terdiri dari 5 desa dan sampai pada tahun 2010 telah menjadi 9 desa. Perkembangan penduduk dan pembangunan yang pesat di Gunung Sahilan memungkinkan untuk membentuk pemekaran kecamatan Kampar Kiri yang diberi nama Kecamatan Gunung Sahilan [1]. Kebun Durian merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Gunung Sahilan, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, Indonesia. Komoditas yang bisa didapatkan yaitu berupa hasil perkebunan berupa buah sawit dan getah karet [2]. Selain komoditas di desa Kebun Durian juga memiliki Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di antaranya berupa olahan keripik, donat.

Usaha mikro kecil dan menengah menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang perusahaan besar. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional [3]. Pendampingan UMKM sangat perlu untuk dilakukan dikarenakan posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang sangat penting dan strategis karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, serta kontribusi UMKM dalam hal pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan [4].

Perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian *online* dan penggunaan sosial media terjadi sejak munculnya *internet*, terlebih pada masa pandemi Covid-19. Selama Covid-19, kemampuan pelaku atau wirausaha UMKM mempromosikan produknya melalui posting organik tercatat meningkat, ini dapat diartikan bahwa strategi organik menjadi pilihan strategis agar tetap terhubung dengan calon konsumen dan pelanggan dengan biaya yang lebih rendah. Daya tarik promosi di media sosial mulai konten promosi yang menarik dan mempunyai nilai dapat menarik calon pembeli melihat konten dan akhirnya memutuskan untuk membeli [5].

Transformasi digital, yang merupakan kunci untuk mengembangkan usaha, meningkatkan efisiensi, pengurangan biaya, dan peningkatan pengalaman pelanggan, tidak dapat dihindari bagi UMKM untuk bertahan dalam ekonomi digital baru saat ini. Namun, tidak pemahamannya dalam penggunaan teknologi digital menjadi tuntutan bagi pelaku usaha. Penguasaan dalam materi dan pemanfaatan digital teknologi perlu diketahui oleh pelaku usaha agar memungkinkan penguasaan kebutuhan pelanggan, pemasaran disertai wawasan dalam menggunakan aplikasi yang sesuai dengan produk yang dipasarkan [6].

Permasalahan saat ini Pelaku UMKM sering kali terlalu fokus pada proses produksi, kurang diimbangi dengan pemasaran dan promosi, sehingga mengalami kendala dalam menjual produknya. Setelah produk yang dihasilkan berlimpah, mereka kesulitan menjualnya dengan cepat. Promosi yang dilakukan secara konvensional dari mulut ke mulut atau hanya memajang produknya di toko sekitar wilayahnya saja [7]. Upaya untuk mengatasi pemasaran UMKM yakni pemberian pelatihan kepada pelaku UMKM melalui digitalisasi. Digitalisasi UMKM merupakan upaya digitalisasi pemasaran produk UMKM oleh para pelaku UMKM. Sederhananya, semakin memudahkan para pelaku usaha untuk menjual produknya secara *online* di era teknologi yang semakin canggih. Salah satu digitalisasi pemasaran produk UMKM yakni dengan memanfaatkan aplikasi *canva*. *Canva* merupakan salah satu program desain *online* yang menyediakan berbagai *fitur editing video*, gambar atau foto, desain grafis, dan lainnya [8].

1.1. Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan pengabdian yang dilakukan untuk memberikan wawasan kepada para pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial untuk melakukan promosi serta membuat konten-konten produk yang mempunyai daya tarik serta dapat dikerjakan dengan mudah dan memberikan pelatihan kepada UMKM di Desa Kebun Durian, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau agar dapat mempromosikan hasil UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital.

1.2. Manfaat Kegiatan

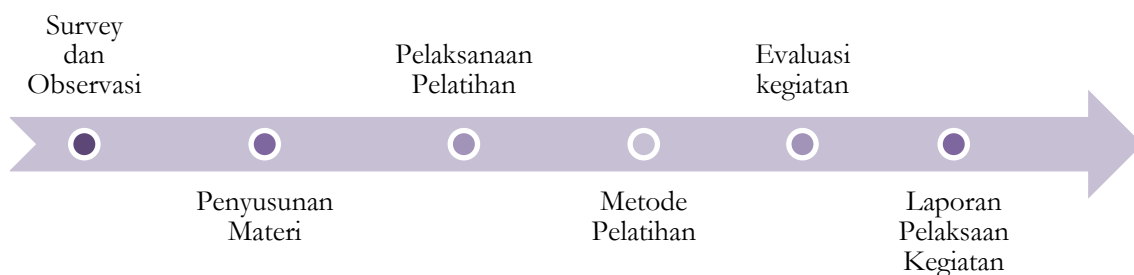
Manfaat kegiatan pengabdian yang dilakukan agar UMKM di Desa Kebun Durian dapat mengembangkan, memperluas, meningkatkan, dan mendorong pengembangan produk UMKM dalam bertransformasi dengan memanfaatkan teknologi digital.

2. Realisasi Kegiatan

2.1. Bentuk Kegiatan & Jadwal, Serta Tempat Kegiatan

a. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

- 1) Survei dan Observasi
Langkah pertama dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah melakukan Survei dan Observasi. Survei dilakukan untuk mendapat gambaran umum yang berkaitan dengan target mitra, sebagai sarana untuk mengumpulkan data dari nara sumber. Sedangkan observasi sifatnya lebih deskriptif, yaitu pengamatan secara langsung kondisi di lapangan, mulai dari pengamatan tren melalui platform sosial media dan portal berita, kemudian mendatangi lokasi dan menganalisa sebab akibat [9].
- 2) Penyusunan Materi
Penyusunan bahan materi pelatihan yang meliputi presentasi secara teori dan modul untuk praktik langsung. Dalam hal ini materi yang disusun di antaranya: Pengambilan gambar atau potografi, logo atau *brand identity*, tahapan pembuatan label dan merek produk, presentasi produk, dan penggunaan media *online* melalui sosial media untuk pemasaran produk UMKM [9].
- 3) Pelaksanaan Pelatihan
Pada tahapan ini akan dijelaskan kepada pelaku UMKM tentang tahapan-tahapan proses *branding* pada produk yang dijual. Kemudian sesi pelatihan difokuskan pada praktik langsung membuat desain *mockup* dan logo sebagai media promosi dan peningkatan nilai jual produk. Pelaksanaan pelatihan ini menggunakan teknik simulasi dengan tujuan agar pelaku usaha mendapatkan pengalaman langsung melalui praktik saat pelatihan [9].
- 4) Metode Pelatihan
Metode pelatihan kegiatan ini menggunakan beberapa metode, di antaranya : Metode ceramah yang digunakan sebagai metode pendekatan dalam menyampaikan teori kepada peserta pelatihan. Metode tanya jawab yang dilakukan untuk diskusi antara pemateri dan peserta.

Metode *Linear Strategy* sebagai bentuk praktik langsung peserta dalam proses membuat desain label dan merek menggunakan *tools* atau aplikasi yang sudah ditentukan [9].

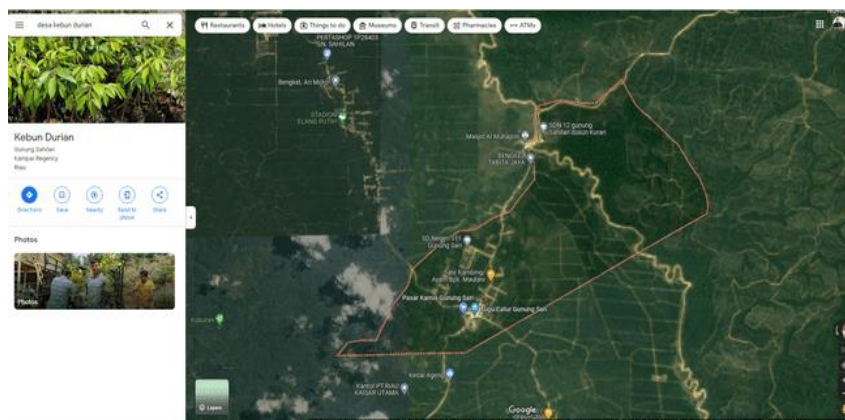
- 5) Evaluasi Kegiatan
Evaluasi kegiatan merupakan tahapan yang harus dilakukan untuk mendapatkan *feedback* dari peserta (pelaku UMKM), baik secara pemahaman teori, maupun hasil karya desain *mockup* dan logo yang sudah dibuat saat pelatihan berlangsung [9].
- 6) Laporan Pelaksanaan Kegiatan
Laporan dibuat sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Pengerjaan laporan dilaksanakan setelah seluruh kegiatan selesai dilakukan. Laporan akan didistribusikan ke P3M Politeknik Kampar.

b. Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan pada bulan Maret 2023, dimana tempat kegiatan akan diselenggarakan di Desa Kebun Durian, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau.

c. Tempat Kegiatan

Desa Kebun Durian merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Gunung Sahilan, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, Indonesia[2]. MAP Desa Kebun Durian dapat dilihat seperti pada gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Map Lokasi Kegiatan.

2.2. Hasil Pelaksanaan Pengabdian

Hasil dari pelaksanaan pengabdian tentang Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Hasil Produk UMKM di Desa Kebun Durian Kabupaten Kampar telah sesuai dengan rencana tim pelaksana kegiatan. Jumlah peserta sebanyak 34 orang ikut hadir dan sesuai dengan target. Pelaksanaan dimulai dari tanggal 3 Maret 2023 sampai dengan 5 Maret 2023 dimulai dari pukul 08:00 sampai dengan pukul 16:00 pada aula Kantor Desa Kebun Durian. Adapun kegiatan yang dilakukan :

- 1) Hari pertama kegiatan diawali dengan pembukaan oleh Kepala Desa Kebun Durian bapak Arizal.
- 2) Penyampain materi teori Kewirausahaan dan Teknik Pemasaran Digital yang disampaikan oleh ketua tim pelaksana bapak Antoni Pribadi.
- 3) Setelah penyampaian materi teori selesai dilanjutkan dengan praktik langsung membuat desain *mockup* dan logo dengan menggunakan aplikasi canva oleh bapak Andri Nofiar.Am.
- 4) Hari kedua diberikan mengenai materi teori Manajemen Pemasaran yang disampaikan oleh ketua tim pelaksana bapak Rahmad Akbar.
- 5) Kegiatan pada hari terakhir adalah presentasi dan evaluasi hasil *mockup* dan logo yang telah dibuat oleh peserta pengabdian.

Berikut merupakan gambar dokumentasi kegiatan pengabdian :



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian

2.3 Masyarakat Sasaran

Sasaran dari kegiatan pengabdian ini adalah pelaku UMKM yang ada di Desa Kebun Durian, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Dalam penyelenggaraan kegiatan ini melibatkan sebanyak 34 orang pelaku UMKM yang dilakukan untuk memberikan wawasan kepada para pelaku UMKM dalam menggunakan media sosial untuk melakukan promosi serta membuat konten-konten produk yang mempunyai daya tarik serta dapat dikerjakan dengan mudah.

3. Tinjauan Hasil yang dicapai

Dalam proses membentuk para pelaku UMKM yang berkualitas, diperlukan pelatihan secara stimulus dalam mengembangkan, memperluas, meningkatkan, dan mendorong pengembangan produk UMKM dalam bertransformasi dalam *digital platform* [6]. Kegiatan Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Hasil Produk UMKM di Desa Kebun Durian Kabupaten Kampar dilaksanakan pada tanggal 3 Maret 2023 sampai dengan 5 Maret 2023 dan diikuti oleh 34 orang. Setiap sesi kegiatan pengabdian akan diterapkan metode ceramah, diskusi, latihan praktik, dan instruksi kerja oleh setiap pemateri. Dari pengamatan tim pengabdian peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan, dan pemahaman peserta terlihat dari setiap tugas instruksional dan praktik yang diberikan dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Diharapkan kegiatan seperti ini ke depannya juga dilaksanakan pada Desa lainnya yang ada di Kabupaten Kampar, agar pemerataan pengetahuan tentang desain *mockup* dan logo sebagai media promosi dan peningkatan nilai jual produk.

4. Daftar Pustaka

- [1] Amanan, A., 2019. Tradisi Masyarakat Dalam Melaksanakan Shalat Tarawih Di Rumah Siempu Negeri Desa Kebundurian Kecamatan Gunung Sahilan Kabupaten Kampar Riau. *Ensiklopedia of Journal*, 2(1). DOI: <https://doi.org/10.33559/eoj.v2i1.336>.
- [2] Reswendy, M., 2022. *Partisipasi Perempuan Dalam Perencanaan Pembangunan Desa Kebun Durian Kecamatan Gunung Sahilan Kabupaten Kampar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- [3] Jatiningrum, C., Muharlisiani, L.T., Rahayu, S. and Ramadhani, A.N., 2021. Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pemasaran Produk Kripik Tempe di Desa Wonoharjo Kabupaten Tanggamus. *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), pp.1-6.

- [4] Sugianto, H.A.T. and Saputra, M.A., 2022. Pendampingan UMKM Berbasis Modul ILO Score di Toko Sembako Nadin Family Bengkayang Kalimantan Barat. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 3(1), pp.51-58. DOI: <https://doi.org/10.35870/jpni.v3i1.67>.
- [5] Effendi, N.I., Suliska, G., Marthika, L.D., Ferdian, T. and Wineh, S., 2022. Peningkatan penjualan produk UMKM masa pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan Digital Marketing Dengan Graphic Designer Software Canva. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), pp.643-653. DOI: <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6574>.
- [6] Wali, M., 2022. Pelatihan Manajemen Pengembangan Usaha bagi UMKM Provinsi Aceh. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 3(1), pp.33-38.
- [7] Wijayanti, L., Sukwadi, R., Prasetya, W. and Azels, W.A., 2022. Pelatihan Membuat Desain Iklan Digital Menggunakan Aplikasi Canva bagi UMKM Binaan ASPPUK. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1). DOI: <https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i2.18245>.
- [8] Astina, C., 2022. Peningkatan UMKM bidang pemasaran dan perekonomian melalui pemanfaatan aplikasi canva. *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), pp.1-6. DOI: <https://doi.org/10.32699/sorot.v1i2.2626>.
- [9] Arifudin, D., Heryanti, L. and Pramesti, D., 2021. Pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual bagi UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), pp.2640-2651. DOI: <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.5304>.