

Peningkatan Kemampuan Pembuatan Materi Iklan Produk UMKM Desa Truko Kendal Menggunakan Canva

Badroe Zaman¹, Prind Triajeng Pungsanti², Sri Handayani³

¹ Teknologi Informasi Universitas Semarang

² Teknologi Informasi, Universitas Semarang

³ Teknologi Informasi, Universitas Semarang

Email: ¹badroezaman@usm.ac.id

Abstrak

Permasalahan yang sering dialami pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) desa Truko dalam pemasaran adalah membuat materi iklan yang menarik. Upaya untuk memberikan pengetahuan materi iklan yang menarik adalah dengan menggunakan aplikasi yang menyediakan berbagai *template* desain. Permasalahan yang lain adalah kurangnya edukasi jenis materi iklan untuk media *offline* dan *online* oleh para pelaku UMKM desa Truko. Minimnya pengetahuan tentang hal itu, menjadikan aplikasi Canva sebagai aplikasi solusi strategi materi iklan untuk membuat desain pemasaran produk UMKM. Dengan menggunakan aplikasi Canva ini dapat membuat materi iklan seperti desain logo, poster, pamflet dengan memanfaatkan desain *template* yang sudah tersedia sehingga menghasilkan desain iklan yang menarik. Hasil akhir yang dicapai dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman mitra tentang cara membuat desain iklan produk UMKM desa Truko yang baik dan menarik menggunakan Canva. Kreativitas dari mitra dalam membuat desain iklan produk UMKM desa Truko menggunakan ponsel pintar. Keahlian mitra dalam pembuatan desain iklan menggunakan Canva. Manfaat yang didapatkan peserta pelatihan yaitu memberikan pengetahuan berupa dasar membuat desain produk iklan UMKM desa Truko dan meningkatkan kreativitas dalam pembuatan desain menggunakan Canva.

Kata Kunci: UMKM, Truko Kendal, Iklan, Canva

1. PENDAHULUAN

Pelaku UMKM Desa Truko Kecamatan Kangkung Kendal Jawa Tengah masih terkendala dalam memasarkan hasil produknya dikarenakan kurangnya kemampuan dan ketrampilan dalam membuat materi iklan yang menarik. Dapat dirumuskan masalah utama pelaku UMKM Desa Truko adalah bagaimana cara untuk menambah pengetahuan, dan meningkatkan ketrampilan pelaku UMKM untuk mampu membuat kemasan produknya menjadi lebih menarik. Tim PkM (Pengabdian kepada Masyarakat) Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi (FTIK) Universitas Semarang (USM) yang telah menjalin kerja sama dengan pelaku UMKM Desa Truko untuk menjadikan mitra sebagai desa binaan *go digital* telah berusaha menjawab kebutuhan akan perlunya kegiatan pelatihan pembuatan materi iklan yang menarik dan mudah menggunakan Canva. Pengaruh teknologi

informasi menjadikan masyarakat ketergantungan akan kehadirannya, terlebih setelah kelancaran akses internet saat ini menjadikan masyarakat dengan mudah memperoleh beragam informasi (Vernia, 2017). Selain itu, banyak yang dapat dilakukan menggunakan teknologi saat ini salah satunya adalah proses pembuatan desain iklan secara fleksibel dimana dan kapan saja. Melalui teknologi informasi yang berkembang saat ini, dapat dimanfaatkan dalam kebutuhan pemasaran. Dalam dunia pemasaran, tentunya ada sebuah strategi yang dapat dilakukan salah satunya adalah membuat materi iklan produk yang akan dipasarkan supaya terlihat lebih menarik. Baik untuk kebutuhan pemasaran secara *offline* maupun *online*, materi iklan produk harus dibuatkan suatu desain supaya konsumen dapat tertarik pada produk yang dipasarkan (Khomariah & Primandari, 2021).

Strategi pembuatan materi iklan sangat dibutuhkan karena banyaknya daya saing diberbagai

sektor dan bidang. Kencenderungan pemasaran di seluruh dunia akan bergeser dari metode tradisional (penjualan *offline*) ke digital (*online*) (Afifah dkk., 2018). Pemasaran digital atau biasa disebut digital marketing menjadi salah satu media pemasaran paling ramai saat ini, karena hanya dibutuhkan sebuah perangkat alat elektronik dan internet yang dimana semua itu sangat mudah didapatkan untuk saat ini (Tiawan dkk., 2020). Manfaat digital marketing di era ini sangatlah besar, dimana pemasaran produk dapat dijangkau semua orang, dimanapun dan kapanpun mereka berada (Rachmadi, 2020). Masyarakat dapat memanfaatkan desain grafis untuk strategi pemasaran secara digital karena lebih mudah dan praktis, dengan didukung pengguna sudah terlatih dalam dan memahami cara mendesain iklan menggunakan ponsel pintar. Saat ini banyak aplikasi penunjang pembuatan desain untuk memudahkan masyarakat dalam membuat materi iklan produk, dimana di dalam aplikasi sudah disediakan banyak fitur yang beragam (Rahmatullah dkk., 2020).

Daya tarik iklan diantaranya adalah materi iklan yang menarik dan mempunyai nilai tawar calon pembeli untuk melihat iklan dan akhirnya memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan hasil pemasaran dari produk yang ada.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan pembuatan iklan produk ini ditujukan untuk pelaku UMKM di Desa Truko. Kegiatan diawali dengan menganalisa situasi dan kebutuhan pelaku UMKM yang diperoleh tim PkM setelah berkoordinasi dengan objek kegiatan. Berdasar analisa situasi di Desa Truko ternyata tidak hanya terkenal sebagai pusat industri tas, tapi banyak memiliki potensi lainnya. Produk UMKM lainnya di antaranya keripik tempe, keripik tales, keripik pisang, peyek jumbo dan lainnya. Sebagian besar pelaku UMKM masih berusia muda, lulus SMA/SMK mereka memilih profesi sebagai pelaku usaha. Setelah mengetahui yang dibutuhkan para pelaku UMKM Desa Truko, tim PkM mempersiapkan materi dan infrastruktur untuk melaksanakan kegiatan pelatihan pada pelaku UMKM. Sabtu, 14 Januari 2023 tim PkM FTIK USM sekitar jam 7.00 WIB telah hadir di balai Desa

Truko Jl. Krajan Truko, Kec. Kangkung, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah untuk mempersiapkan kegiatan pelatihan yang akan dimulai pukul 9.00 WIB. Tim terdiri dari Badroe Zaman, M.Kom, Prind Triajeng Pungksanti, M.Kom dan Sri Handayani, M.T. Mulai pukul 8.45 WIB peserta kegiatan telah berdatangan, sebelum memulai kegiatan peserta melakukan registrasi dengan mengisi presensi kehadiran.

Tim PkM memiliki peran dan tugas yang berbeda Badroe Zaman, M.Kom sebagai ketua kegiatan bertugas sebagai instruktur dalam kegiatan, Prind Triajeng Pungkasanti, M.Kom sebagai anggota 1 bertugas dalam menyiapkan dan menyebar kuesioner (*pre/post*) yang akan diisi peserta kegiatan. Sri Handayani, M.T sebagai anggota 2 bertugas untuk melayani registrasi kedatangan peserta, dan menyiapkan konsumsi bagi peserta. Selain itu tim PkM dibantu oleh 2 orang mahasiswa yang mendukung selama persiapan dan keberlangsungan kegiatan termasuk bertugas dalam melakukan dokumentasi kegiatan

Setelah $\frac{3}{4}$ kursi terisi peserta, kegiatan dimulai sekitar pukul 9.30 WIB diawali dengan doa bersama disertai dengan kata sambutan dari kepala desa yang diwakili Muslikah dan kata sambutan dari Prind Tianjeng Pungkasanti, M.Kom selaku dekan FTIK USM sekaligus anggota kegiatan. Kegiatan diikuti sebanyak 20 orang peserta. Sebelum kegiatan pelatihan dimulai, peserta diberi waktu untuk mengisi kuesioner (*pre test*) untuk mengetahui pemahaman dasar peserta tentang materi pelatihan sebelum mengikuti kegiatan.

Materi tentang Canva disampaikan oleh Badroe Zaman, M.Kom dengan diawali tentang pengenalan Canva dan dilanjutkan dengan mempraktekkan penggunaan Canva di *smartphone* masing-masing peserta kegiatan. Penyampaian materi dan praktek dalam kegiatan berlangsung selama kurang lebih 5 jam yang diselingi dengan jeda istirahat sholat dhuhur dan makan siang selama 1 jam. Adapun rincian alokasi waktu kegiatan yang telah dilakukan adalah : 30 menit untuk *pre test*, 30 menit pengenalan Canva, 150 menit untuk praktik membuat desain menggunakan *platform* Canva dan 30 menit untuk *post test/evaluasi* keseluruhan materi. Kegiatan pelatihan berakhir pukul 15.00 WIB.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indikator keberhasilan kegiatan ini dilihat dari respon positif dari para peserta melalui evaluasi yang diberikan. Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan kuesioner yang sudah disediakan yang selanjutnya diisi peserta terkait dengan kegiatan yang dilaksanakan baik sebelum acara dan sesudah acara. Tujuan dari kegiatan pelatihan ini adalah menambah dan meningkatkan kemampuan peserta dalam pemahaman strategi pembuatan desain iklan dengan aplikasi Canva. Melalui pelatihan ini, peserta dapat memanfaatkan dan menerapkan teknologi informasi sebagai alat bantu untuk membuat desain iklan produk UMKM yang baik dan menarik.

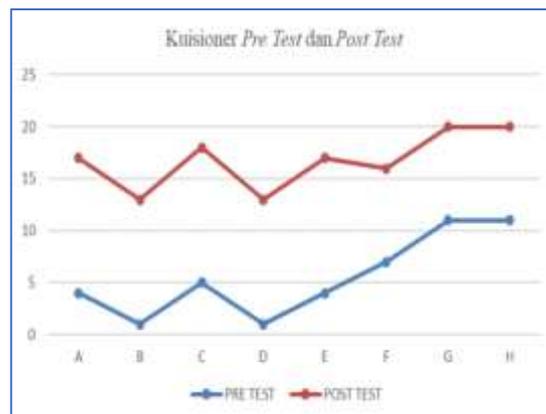
Setelah melaksanakan kegiatan pelatihan, diperoleh berupa hasil desain materi iklan produk yang ditampilkan pada Gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1. Contoh hasil desain peserta kegiatan Pengenalan Canva untuk Materi Iklan Produk UMKM Desa Truko

Gambar 1 merupakan contoh hasil kegiatan dari peserta kegiatan. Peserta menghasilkan logo Alfaco untuk produk tas milik produk masing-masing peserta, sementara peserta lainnya menghasilkan desain produk kuliner berbahan daging kambing, dari hasil desain yang dikerjakan peserta terbaca bahwa peserta dengan waktu singkat sudah mampu menggunakan dan memanfaatkan aplikasi Canva untuk mendesain produk UMKM mereka sehingga produk menjadi lebih menarik.

Adapun perbandingan hasil *pre/post test* kuesioner yang telah diolah oleh tim PkM tampak pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil pengolahan kuesioner pre/post test peserta kegiatan

Dari gambar 2 tampak garis biru menunjukkan hasil kuesioner *pre test* dan garis merah menunjukkan hasil kuesioner *post test*. Grafik tersebut didapat dari hasil pengolahan kuesioner *pre / post test* yang menyatakan setuju sebagai berikut: sebanyak 85% ($=17/20 \times 100\%$) peserta pelatihan menyatakan sudah mengetahui alat bantu desain pada *post test* dibandingkan dengan sebelumnya pada saat *pre test* yang hanya 20% ($=4/20 \times 100\%$) peserta pelatihan yang menyatakan mengetahui alat bantu desain untuk membuat desain iklan produk. Hasil respon dari kuesioner untuk pertanyaan yang sudah pernah membuat suatu desain iklan produk sebelumnya, pada *post test* didapatkan 65% ($=13/20 \times 100\%$) sedangkan pada *pre test* hanya 5% ($=1/20 \times 100\%$). Pada pertanyaan : Apakah Anda sudah pernah menggunakan aplikasi Canva? menghasilkan 90% ($=18/20 \times 100\%$) yang sudah menggunakan aplikasi Canva, sisanya masih ragu. Sementara pertanyaan : Apakah Anda sudah menggunakan aplikasi Canva tersebut untuk membuat desain iklan suatu produk? Mendapat respon pada *post test* sebesar 65% ($=13/20 \times 100\%$) peserta menyatakan akan menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain iklan suatu produk dan 5% ($=1/20 \times 100\%$) peserta menyatakan tidak akan menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain iklan suatu produk dan 30% ($=6/20 \times 100\%$) peserta menyatakan ragu menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain iklan suatu produk. Sebelumnya pada *pre test* didapatkan respon bahwa terdapat 5% ($=1/20 \times$

100%) peserta menyatakan akan menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain iklan suatu produk. Pertanyaan : Apakah secara keseluruhan penjelasan tentang aplikasi canva yang diberikan sudah membantu dalam membuat desain suatu produk? Hasil pertanyaan ini saat diberikan sebelum pelatihan desain iklan berlangsung hanya mendapatkan 20% ($=4/20 \times 100\%$) peserta yang menyatakan setuju bahwa pelatihan ini akan membantu dalam melakukan pembuatan desain iklan produk menggunakan aplikasi Canva. Sementara setelah pelatihan ini berlangsung dihasilkan respon 85% ($=17/20 \times 100\%$) peserta setuju bahwa pelatihan ini akan membantu dalam melakukan pembuatan desain iklan produk menggunakan aplikasi Canva.

Terkait dengan pertanyaan apakah anda akan menggunakan aplikasi Canva untuk mendesain suatu iklan produk? Dihasilkan pada saat *pre test* bahwa hanya 35% ($=7/20 \times 100\%$) peserta yang ingin menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain iklan sedangkan hasil *post test* sebanyak 80% ($=16/20 \times 100\%$) peserta yang ingin menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain iklan, sebanyak 15% ($=3/20 \times 100\%$) masih ragu untuk menggunakan dan 5% ($=1/20 \times 100\%$) tidak akan menggunakan. Pada pertanyaan, Apakah perlu dilakukan pelatihan lanjutan tentang aplikasi Canva? Hasil *pre test* didapat respon 55% ($=11/20 \times 100\%$) peserta merasa perlu untuk dilakukan pelatihan lanjutan tentang aplikasi Canva, sementara hasil *post test* didapatkan respon 100% atau seluruh peserta menyatakan setuju untuk dilakukan pelatihan lanjutan tentang aplikasi Canva. Terdapat 55% ($=11/20 \times 100\%$) pada hasil *pre test* yang merasa terbantu dengan akan dilakukannya kegiatan pelatihan membuat desain iklan produk menggunakan aplikasi Canva, sementara pada hasil *post test* didapatkan respon 100% atau seluruh peserta yang merasa terbantu setelah mengikuti kegiatan pelatihan membuat desain iklan produk menggunakan aplikasi Canva.

Dari hasil tersebut diperoleh gambaran peningkatan pengetahuan dan ketrampilan peserta kegiatan yang sangat *significant* tampak pada gambar 2

Gambar 3 merupakan dokumentasi peserta dan tim PkM setelah melaksanakan kegiatan pelatihan pengenalan Canva untuk membuat materi iklan

produk UMKM Desa Truko Kecamatan Kangkung Kendal Jawa Tengah.



Gambar 3. Foto bersama peserta dan tim PkM

Ucapan Terima Kasih kepada:

1. Dr. Supari, S.T., M.T selaku rektor Universitas Semarang.
2. Prof. Dr. Ir. Mudjiastuti Handajani, M.T. selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Semarang yang memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.
3. Prind Tri Ajeng Pungkasanti selaku dekan Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi.
4. Bapak Muhammad Sinwan selaku Direktur BUMDES Berkah Amanah Desa Truko Kendal yang telah mengizinkan untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil akhir yang dicapai dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman mitra tentang cara membuat desain iklan produk UMKM yang baik dan menarik menggunakan Canva. Kreativitas dari mitra dalam membuat desain iklan produk UMKM menggunakan ponsel pintar. Keahlian mitra dalam pembuatan desain iklan menggunakan Canva. Manfaat yang didapatkan peserta pelatihan yaitu memberikan pengetahuan berupa dasar membuat desain produk iklan UMKM dan meningkatkan kreativitas dalam pembuatan desain menggunakan Canva.

Saran

Pelaku UMKM Desa Truko Kecamatan Kangkung Kendal Jawa Tengah yang rata-rata masih berusia muda dapat memanfaatkan aplikasi-aplikasi desain yang sangat mudah digunakan bagi pemula selain

Canva yang tersedia di playstore untuk dapat membantu membuat mendesain kemasan produknya sehingga tampilan produk menjadi lebih menarik.

DAFTAR REFERENSI

- Afifah, A. N., Najib, M., Sarma, M., & Leong, Y. C. (2018). The influences towards business success of MSMEs creative sector. *Journal of Applied Management (JAM)*, 16(3), 377–386. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/1241>
- Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, Pangestuti P. (2022). Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8–16. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i1.1195>
- Komalasari, Y., Muharrom, M., & Sumbaryadi, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Fungsionalitas Media Sosial Pada Pengurus dan Anggota Karang Taruna Kel. Kebon Bawang Jakarta Utara. *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 71–77. <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v1i2.380>
- Nurhayaty, E., Pramularso, E. Y., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. (2022). Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 69–77. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.10522>
- Nuril Esti Khomariah, & Puteri Noraisya Primandari. (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>
- Putri, D. A., Solecha, K., Nurwahyuni, S., & Suparni, S. (2021). Workshop Penerapan Teknologi Informasi Aplikasi Canva Dalam Meningkatkan Kualitas Sdm Remaja Karang Taruna. *Jurnal Warta Desa (JWD)*, 3(3), 194–199. <https://doi.org/10.29303/jwd.v3i3.159>
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing*. Tiga Ebook. https://play.google.com/store/books/details/The_Power_Of_Digital_Marketing?id=RCzyDwAAQBAJ&hl=in&gl=US
- Rahmatullah, Inanna, & Ampa, A. T. (2020). Media Pembelajaran Audio Visual Berbasis Aplikasi Canva. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(2), 317–327. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jjpe.v12i2.30179>
- 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>
- Tiawan, Musawarman, Sakinah, L., Rahmawati, N., & Salman, H. (2020). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Tingkat Smk Di Smkn 1 Gunung Putri Bogor. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 476–480. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.417>
- Valentino, D. E. (2020). Perancangan Desain Grafis Sebagai Media Promosi Pada Novena Hotel Bandung. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), 211–229.
- Vernia, D. M. (2017). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Bisnis Online Bagi Ibu Rumah Tangga Untuk Meningkatkan Perekonomian Keluarga. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 1(2), 105–118. <https://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility/article/view/71>
- Widayanti, L., Kala’lembang, A., Adharyanty Rahayu, W., Yulia Riska, S., & Arya Sapoetra, Y. (2021). Edukasi Pembuatan Desain Grafis Menarik Menggunakan Aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 91–102. <https://doi.org/10.32815/jpm.v2i2.813>