


# Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pemasaran Digital Pada Ibu-Ibu PKK Pemilik Usaha Rumahan

<sup>1)</sup>Anisa Nur Andina\*, <sup>2)</sup>Sabita Salsabila, <sup>3)</sup>Shefira Aurelia Safitri  
<sup>1,2,3)</sup>Program Studi Bisnis Digital, Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia  
Email Corresponding: [andina@amikompurwokerto.ac.id](mailto:andina@amikompurwokerto.ac.id)\*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> Pelatihan Aplikasi Canva Promosi Pemasaran Digital Usaha Rumahan	Strategi promosi dapat berlainan menurut jenis pembeli yang ingin dibujuk oleh bisnis. Beberapa strategi akan fokus untuk menarik pembeli baru yang dapat dilakukan melalui pengenalan produk melalui poster yang menarik baik melalui sosial media maupun jenis media yang lain. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah mengenalkan aplikasi Canva pada ibu-ibu pemilik usaha rumahan pada PKK RT 05 RW 05 Griya Satria Mandalatama Karanglewas Purwokerto supaya lebih mandiri dalam membuat promosi produk yang dipasarkan. Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat adalah pelatihan. Pelatihan dilakukan secara langsung dan dilakukan selama dua kali. Pelatihan pertama adalah mengenalkan aplikasi Canva kepada peserta setelah itu pada pelatihan kedua peserta menunjukkan hasil dari pembuatan poster masing-masing setelah bisa menggunakan aplikasi Canva sendiri. Pelatihan dapat terlaksana dengan baik karena kerjasama pengurus PKK RT 05 RW 05 Griya Satria Mandalatama Karanglewas Purwokerto dengan fasilitator. Peserta pelatihan bersikap sangat kooperatif dan senang mendapatkan ilmu baru melalui pelatihan ini. Hasil dari pelatihan ini adalah peningkatan kemampuan peserta pelatihan dalam menggunakan aplikasi Canva untuk membuat promosi produk yang dipasarkan.
<b>Keywords:</b> Training Canva Application Promotion Digital Marketing Home-based Business	<b>ABSTRACT</b> Promotional strategies can vary according to the type of buyers a business is trying to persuade. Several strategies will focus on attracting new buyers which can be done through product introduction through attractive posters both through social media and other types of media. The purpose of this community service activity is to introduce the Canva application to home-based business owners at PKK RT 05 RW 05 Griya Satria Mandalatama Karanglewas Purwokerto so that they are more independent in promoting products that are marketed. the method used in community service is training. The training was carried out directly and was carried out twice. The first training was to introduce the Canva application to the participants after that in the second training the participants showed the results of making their respective posters after being able to use the Canva application themselves. The training was carried out well because of the cooperation of the PKK management in RT 05 RW 05 Griya Satria Mandalatama Karanglewas Purwokerto with the facilitators. The trainees were very cooperative and happy to gain new knowledge through this training. The result of this training is an increase in the ability of trainees to use the Canva application to create product promotions that are marketed.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

Pemasaran digital merangkul semua ikhtiar pemasaran yang menerapkan perangkat elektronik atau internet. Bisnis memanfaatkan saluran digital seperti mesin pencari, sosial media, email, dan situs web mereka untuk terus tersambung dengan arus dan pelanggan yang potensial. Dapat juga disebut sebagai 'pemasaran *online*', 'pemasaran internet' atau 'pemasaran web'. Pemasaran digital didefinisikan melalui berbagai kiat digital dan saluran untuk terhubung dengan pelanggan tempat mereka menghabiskan sebagian besar waktunya.

Saat ini, Internet telah membuka pintu bagi perusahaan untuk mengeksploitasi peluang pemasaran digital yang luar biasa. Dengan menggunakan berbagai saluran pemasaran digital, bisnis tidak bisa cukup bagikan produk dan layanan mereka secara online; mereka juga bisa meningkatkan jumlah pelanggan mereka, menarik

mereka dan menjadi mampu meningkatkan *Return on Investment* (ROI) mereka. Guna menyokong kemajuan pasar dan teknologi yang sangat tinggi bisnis bergantung dengan penggunaan internet, strategi pemasaran digital telah menggantikan strategi pemasaran tradisional (Alnsour, 2018). Selanjutnya, pemasaran digital mencakup area yang luas di pasar global dan termasuk bisnis model yang menggunakan teknologi digital yang mengurangi biaya dan menumbuhkan bisnis di seluruh dunia. Pada saat ini, pemasaran digital memiliki cakupan yang lebih luas dalam perkembangan bisnis di masa depan karena pelanggan jauh lebih puas dengan melakukan belanja *online* dan menemukan pemasaran digital jauh lebih aman daripada pemasaran tradisional (Al-Zyoud, 2018).

Ketahanan bisnis UKM saat ini perlu diperhatikan transformasi digital. Transfigurasi digital berlangsung ketika keahlian digital baru muncul, dan adanya adopsi alat digital. Strategi digitalisasi yang tepat diperlukan untuk mencapai bisnis tujuannya, mengembangkan produk atau jasa UKM agar lebih kompetitif (Fitriasari, 2020).

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM untuk dapat terus bertahan (Mansur et al., 2021). Teknologi merupakan hal penting yang harus dikuasai oleh seorang pemasar. Tugas dari pemasar saat ini tidak lagi sekedar mahir dalam memasarkan produknya secara langsung maupun dari mulut ke mulut namun, harus juga mahir dan terampil dan terampil dalam menggunakan teknologi. Di era digital ini, media penyunting foto untuk promosi penjualan sudah sangat banyak namun tidak semuanya akrab di kalangan ibu-ibu rumah tangga. Media penyunting foto merupakan salah satu penopang yang sangat penting bagi pemasar untuk melakukan promosi secara *online*. Periklanan *online* adalah salah satu bentuk promosi yang meyakinkan pelanggan untuk membuat keputusan pembelian dan menyediakan informasi kepada khalayak. Tentang bagaimana informasi disajikan dalam konteks yang menyenangkan, lalu selanjutnya informasi mudah diterima. (Thaha et al., 2021) mengatakan bahwa tema tentang digital riset pemasaran dan UKM sebagian besar terkait dengan adopsi dan kinerja bisnis, dengan digital saluran pemasaran didominasi oleh pemasaran media sosial dan situs web.

Selain berkaitan dengan masalah promosi, iklan pemasaran secara *online* adalah strategi yang memanfaatkan internet untuk mendapatkan *traffic* pada situs web dan mengirimkan pesan yang lebih baik dan jelas kepada calon konsumen (Budiman, 2021). Keuntungan yang paling signifikan terlihat dari iklan secara *online* adalah promosi produk dapat dilakukan tanpa batas geografis (Khan & Islam, 2017). Oleh sebab itu selain membutuhkan media untuk beriklan, pemilik usaha rumahan juga membutuhkan promosi yang menarik supaya.

Kecamatan Karanglewas merupakan sebuah Kecamatan yang berada di wilayah Kabupaten Banyumas. Kecamatan Karanglewas berbatasan langsung dengan berbagai wilayah seperti Kecamatan Cilongok yang berada di sebelah Barat, Kecamatan Patikraja di sebelah Selatan, Purwokerto Barat di sebelah Timur dan Kecamatan Kedung Banteng di sebelah Utara. Melihat dari posisinya yang strategis, Kecamatan Karanglewas memiliki banyak usaha rumahan yang dilakukan oleh ibu-ibu rumah tangga. Tak hanya itu, pemberdayaan terhadap usaha rumah tangga juga mendapatkan dukungan penuh dari pemerintah desa.

Tidak bisa disangkal bahwa saat ini usaha rumahan menjadi salah satu profesi yang mampu dijalankan oleh ibu rumah tangga di rumah. Namun tidak semua ibu yang memiliki usaha rumahan sudah bisa menggunakan internet dengan baik terutama dalam hal membuat promosi. Kebanyakan dari mereka hanya menggunakan foto seadanya tanpa diberikan keterangan yang jelas.

Tujuan dari dilaksanakannya pelatihan penggunaan aplikasi Canva adalah untuk membantu para ibu yang memiliki usaha rumahan agar bisa menyunting foto dan membuat promosi untuk produk yang dijual. Aplikasi Canva dipilih karena mudah dalam pengoperasiannya dan memiliki banyak pilihan *template* yang bisa disesuaikan dengan produk. Tak hanya itu, aplikasi Canva juga menawarkan berbagai macam bentuk tak hanya poster namun juga bisa menggunakan video yang tentunya bisa dengan mudah digunakan. Sejalan dengan penelitian (Hernando et al., 2022) yang mengemukakan bahwa pengembangan industri rumahan dapat ditingkatkan dengan cara penggunaan pemasaran digital yang diiringi dengan aplikasi Canva.

## II. MASALAH

Lokasi pengabdian yang berada strategis dan dekat dengan kota Purwokerto menjadikan Kecamatan Karanglewas menjadi tempat yang baik untuk melakukan kegiatan usaha. Kemudahan transportasi, jaringan internet hingga mudahnya mendapatkan pasokan bahan baku membuat warga Perumahan Griya Satria

Mandalatama khususnya pada ibu-ibu PKK RT 05 RW 05 memiliki usaha yang dijalankan dari rumah masing-masing. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan sebelumnya, masih banyak warga yang memiliki usaha namun belum dapat melakukan promosi dengan maksimal. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan untuk mengoperasikan aplikasi penyuntingan sehingga foto produk yang sudah dimiliki tidak dipergunakan secara maksimal. Tak hanya itu, pada foto produk juga tidak diberikan keterangan yang menarik sehingga konsumen yang akan membeli produk kebingungan karena tidak terdapat informasi yang jelas tentang produk.



Gambar 1. Observasi awal permasalahan yang dimiliki mitra



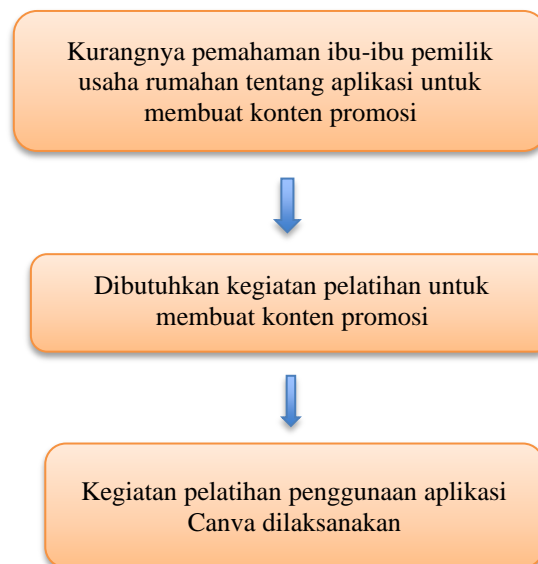
Gambar 2. Lokasi pengabdian kepada masyarakat

### III. METODE

Metode pengabdian masyarakat yang digunakan adalah metode pelatihan. Metode pelatihan dipilih untuk mengajarkan kepada ibu-ibu PKK RT 05 RW 05 tentang aplikasi Canva untuk menunjang kegiatan usaha rumahan. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, pelatihan dibagi menjadi dua sesi. Sesi yang pertama adalah pengenalan tentang aplikasi Canva dan cara menggunakannya. Lalu pada sesi kedua diadakan praktik langsung dengan pendampingan fasilitator.

Pelatihan diawali dengan identifikasi permasalahan tentang ibu-ibu pemilik usaha rumahan yang belum familiar dengan aplikasi Canva. Lalu pelatihan dimulai dengan fasilitator memberikan penjelasan tentang aplikasi Canva dan membantu untuk mendaftar pada aplikasi tersebut. Peserta pelatihan mengaku bahwa tidak familiar dengan aplikasi Canva oleh karena itu pelatihan diadakan dua sesi. Pelatihan pertama pada tanggal 16 Juli 2023 dan dihadiri oleh 40 peserta sedangkan pada pelatihan kedua diadakan pada tanggal 6 Agustus 2023 yang dihadiri oleh 36 peserta. Selain menggunakan ceramah, fasilitator yang terdiri dari dosen dan mahasiswa juga memberikan contoh penggunaan aplikasi Canva secara langsung sehingga peserta bisa langsung mempraktikkannya.

Berikut adalah diagram alir pelaksanaan pelatihan penggunaan aplikasi Canva



Gambar 3. Diagram alir pengabdian kepada masyarakat

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas pelatihan ini memiliki beberapa tahapan yang telah direncanakan dengan baik. Adapun tahapan-tahapan kegiatan ialah sebagai berikut:

1. Pra-survei 19 Juni 2023.

Pada tahap pra-survei, fasilitator menemui Ibu Ketua PKK RT 05 RW 05 yang menemukan bahwa terdapat permasalahan yang dihadapi oleh Ibu-ibu pemilik usaha rumahan yaitu kurangnya penggunaan media untuk promosi produk. Selama ini, Ibu-ibu ketika berjualan hanya mengandalkan foto yang biasa, tidak ada kata-kata promosi seperti yang biasa ada dalam poster.

2. Pelatihan pertama, 16 Juli 2023.

Ibu Ketua PKK RT 05 RW 05 memfasilitasi pelatihan yang bertempat di rumah salah satu warga. Acara dilaksanakan pada hari Minggu pagi dan dihadiri oleh 40 peserta. Pada pelatihan pertama fasilitator memperkenalkan aplikasi Canva sekaligus cara untuk mendaftar secara lengkap dan jelas. Setelah itu pada pelatihan pertama mengenalkan aplikasi Canva dan mengajarkan fitur-fitur yang tersedia di dalamnya. Tak hanya sampai disitu, fasilitator membantu untuk mengambil foto yang menarik. Kebanyakan ditemukan permasalahan Ibu-ibu memori ponselnya penuh sehingga tidak bisa mengunduh aplikasi baru sehingga harus dibersihkan terlebih dahulu. Selain itu, lambatnya akses internet sedikit memberikan hambatan sehingga pelatihan berlangsung lebih lama dari yang dijadwalkan.



Gambar 4. Suasana pelatihan 16 Juli 2023



Gambar 5. Fasilitator menjelaskan tentang aplikasi Canva kepada peserta

### 3. Pelatihan kedua, 6 Agustus 2023

Pada pelatihan kedua peserta menunjukkan hasil-hasil suntingan yang telah dibuat sebelumnya. Pada beberapa peserta, suntingan masih harus diperbaiki karena masih belum menunjukkan informasi tentang produk. Namun ada juga yang sudah bagus dengan produk yang mereka buat. Selain makanan, ada juga produk buket bunga untuk wisuda yang dimiliki salah satu peserta. Peserta yang memiliki usaha buket bunga mengaku sangat antusias dan senang karena selama ini belum bisa melakukan pemasaran secara maksimal dikarenakan keterbatasan aplikasi yang dimiliki dan belum mengetahui tentang aplikasi Canva yang dapat digunakan secara gratis dan mudah. Menurut (Effendi et al., 2022) kesulitan mitra ketika pembuatan konten bisa diatasi dengan memaksimalkan aplikasi Canva yang merekomendasikan templat yang menarik.

Hasil dari kegiatan pelatihan ini adalah peningkatan pengetahuan peserta tentang promosi yang dibutuhkan untuk produk yang dijual. Secara umum peningkatan tersebut bisa dijabarkan sebagai berikut: 1) pentingnya promosi yang baik dan terkonsep untuk produk, 2) pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produk, 3) pemanfaatan aplikasi yang tersedia secara gratis dan bebas untuk pemasaran produk, 4) pentingnya melatih kreativitas supaya usaha menjadi semakin dikenal luas oleh konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuningsih, 2019) bahwa pelatihan memiliki pengaruh yang signifikan kepada produktivitas kerja.

Terdapat beberapa peserta yang sudah berhasil memanfaatkan aplikasi Canva dengan baik walaupun masih ada sedikit kekurangan seperti kurang lengkapnya informasi yang tertera pada poster namun sudah cukup baik. Semangat para peserta untuk belajar tentang hal-hal baru juga harus mendapatkan apresiasi oleh karena itu diharapkan ke depannya dapat dilakukan lagi pengabdian serupa supaya lebih baik lagi. Hal ini sejalan dengan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan oleh (Nuril Esti Khomariah & Puteri Noraisya Primandari, 2021) bahwa pemilik bisnis menguasai pemahaman dalam membuat konten memikat menggunakan aplikasi Canva.

Berikut adalah hasil karya peserta yang dikirimkan kepada fasilitator:



Gambar 6. Hasil karya peserta pelatihan

## V. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan sebagai bagian dari pengabdian kepada masyarakat yang bertempat di PKK RT 05 RW 05 telah berjalan dan terlaksana dengan baik. Secara umum pelatihan ini bertujuan untuk mengenalkan aplikasi Canva kepada ibu-ibu peserta pelatihan sebagai pemilik usaha rumahan supaya lebih mandiri dalam membuat promosi untuk produknya sendiri. Dengan kemampuan yang bertambah tentang menyunting foto produk dan membuat poster untuk promosi, ibu-ibu peserta pelatihan tidak merasa kesulitan ketika harus mengerjakan sendiri promosi. Target utama pelatihan ini adalah peningkatan kemampuan peserta pelatihan dalam menggunakan aplikasi Canva untuk membuat poster produk yang sudah tercapai dengan baik. Secara umum, pelatihan telah terlaksana dengan baik dan diharapkan ke depannya ilmu yang sudah didapatkan bisa berguna untuk menunjang promosi penjualan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Fasilitator mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mitra yaitu PKK RT 05 RW 05 Griya Satria Mandalatama Kecamatan Karanglewas serta Universitas Amikom Purwokerto yang telah membantu terlaksananya kegiatan pelatihan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Zyoud, M. F. (2018). Does social media marketing enhance impulse purchasing among female customers case study of Jordanian female shoppers. *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(2), 135–151. <https://doi.org/10.24052/jbrmr/v13is02/art-13>
- Alnsour, M. (2018). Journal of Internet Banking and Commerce SOCIAL MEDIA EFFECT ON PURCHASE INTENTION: JORDANIAN AIRLINE INDUSTRY MUSTAFA GHANNAM RAWAND AL-NATOUR YOUSEF ALZEIDAT. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 23(2). <http://www.icommerceland.com>
- Budiman, S. (2021). The Effect of Social Media on Brand Image and Brand Loyalty in Generation Y. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 1339–1347. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1339>
- Effendi, N. I., Suliska, G., Marthika, L. D., Ferdian, T., & 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), 643. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6574>
- Fitriasari, F. (2020). How do Small and Medium Enterprises ( SMEs ) survive the COVID-19 outbreak ? Research method. *Special Issue of Economic Challenges in COVID-19 Outbreak*, 05(02), 53–62. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jiko>
- Hernando, R., Hastuti, D., & Sukmawati, N. (2022). Home industry development through digital marketing with canva application optimization. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(3), 2085–1960.
- Khan, A. R., & Islam, M. A. (2017). *International Journal of Economics, Commerce and Management THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING ON INCREASING CUSTOMER LOYALTY: A STUDY ON DHAKA CITY, BANGLADESH*. V(4), 521–528. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2989948](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2989948)

- 
- Mansur, F., Prasetyo, E., Brilliant, A. B., & Hernando, R. (2021). The effect of tax training and tax understanding on tax compliance. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(4), 647–658. <https://doi.org/10.22437/jpe.v16i4.14301>
- 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>
- Thaha, A. R., Maulina, E., Muftiadi, R. A., & Alexandri, M. B. (2021). Digital Marketing and SMEs: A Systematic Mapping Study. *Library Philosophy and Practice*, 2021(April), 1–19.
- Wahyuningsih, S. (2019). Pengaruh Pelatihan dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Warta Edisi*, 60(April), 91–96.