

Pentingnya Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Pemanfaatan Canva dalam Promosi Produk maupun Jasa

¹⁾Ayu Aulia Oktaviani, ²⁾Vinola Herawaty*, ³⁾Jul Seventa Tarigan, ⁴⁾Egabetha Amirah Yudhaputri, ⁵⁾Endra Fauzan, ⁶⁾Dwi Retno Maruti

^{1,2,3,5)}Program Pendidikan Profesi Akuntan, Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

⁴⁾Program DIII Manajemen Jasa (MICE), Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

⁶⁾Program Studi Sarjana Akuntansi, Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

Email Corresponding: vinola.herawati@trisakti.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:

CANVA
UMKM
Promosi
Penjualan
Pelatihan

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada UMKM terkait pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media promosi yang efektif sehingga berdampak pada peningkatan penjualan. Dilaksanakan pada bulan Maret 2024 berlokasi di Grand Depok City, Kota Depok, Jawa Barat. Metode kegiatan yang digunakan adalah penyuluhan dan pelatihan, dimana penyuluhan tersebut menggunakan materi yang telah disiapkan dan pelatihan penggunaan aplikasi Canva serta sesi diskusi tanya jawab langsung dengan peserta pelatihan dalam hal pembuatan konten promosi untuk meningkatkan penjualan. Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat konten promosi yang sederhana, menarik dan terlihat profesional menggunakan aplikasi Canva, yang diharapkan dapat mendukung peningkatan penjualan produk UMKM. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa materi pelatihan aplikasi Canva dinilai sesuai dengan kebutuhan peserta. Sebanyak enam orang (26%) dari total peserta menyatakan sangat setuju, dan 11 orang (48%) menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa materi yang disampaikan dalam pelatihan ini sudah sesuai dengan apa yang mereka butuhkan untuk meningkatkan penjualan produk dan jasa mereka melalui promosi yang efektif. Pelatihan ini memberikan solusi praktis bagi para pelaku UMKM yang ingin mempromosikan barang dan jasanya namun memiliki keterbatasan dalam desain grafis dengan memanfaatkan aplikasi Canva yang intuitif dan relatif mudah digunakan.

ABSTRACT

Keywords:

CANVA
MSME
Promotion
Sales
Training

This activity aims to provide training to MSMEs regarding the use of the Canva application as an effective promotional media to have an impact on increasing sales. Held in March 2024 at Grand Depok City, Depok City, West Java. The activity methods used are counseling and training, where the counseling uses prepared materials and training on using the Canva application as well as direct question and answer discussion sessions with training participants in terms of creating promotional content to increase sales. This training succeeded in increasing participants' understanding and skills in creating simple promotional content that is attractive and looks professional using the Canva application, which is expected to support increasing sales of MSME products. The results of the questionnaire showed that the Canva application training material was deemed appropriate to the participants' needs. A total of six people (26%) of the total participants said they strongly agreed, and 11 people (48%) said they agreed with this statement. This indicates that the majority of participants felt that the material presented in the training was appropriate to what they needed to increase sales of their products and services through effective promotions. This training provides practical solutions for MSMEs who want to promote their goods and services but have limitations in graphic design by utilizing the Canva application which is intuitive and relatively easy to use.

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



I. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, persaingan bisnis semakin ketat dan menuntut perusahaan untuk terus berinovasi dalam strategi pemasaran. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah promosi produk dan jasa

yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Dalam tulisan Unonongo et al. (2015) promosi ini bisa melalui komunikasi massa dan promosi secara langsung atau biasa kita kenal dengan *door to door* melalui iklan atau memasang banner, spanduk, sebar pamflet dan lain-lain. Hadirnya media sosial dan *platform* desain grafis *online* telah menjadi sarana yang sangat penting untuk mempromosikan produk atau jasa suatu usaha. Melalui media sosial, pelaku usaha dapat dengan mudah menjangkau target pasar yang lebih luas dan meningkatkan *awareness* terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Sementara itu, *platform* desain grafis seperti Canva memungkinkan pelaku usaha untuk membuat konten visual yang menarik dan profesional tanpa memerlukan keahlian desain khusus.

Bagi pelaku usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UKMM) yang memiliki keterbatasan sumber daya, memanfaatkan media sosial dan Canva sebagai media promosi dapat menjadi solusi yang efektif dan terjangkau. Namun, dalam praktiknya, banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara mengoptimalkan penggunaan media sosial dan Canva dalam upaya peningkatan penjualannya.

Canva adalah sebuah *platform* desain grafis berbasis *web* yang memungkinkan pengguna untuk membuat berbagai jenis konten visual dengan mudah, tanpa memerlukan keahlian desain yang mendalam. Diluncurkan pada tahun 2013 oleh Melanie Perkins, Cliff Obrecht, dan Cameron Adams, Canva telah berkembang menjadi salah satu alat desain grafis paling populer di dunia, digunakan oleh individu, bisnis, dan organisasi dari berbagai ukuran (Riyanto & Pratomo, 2023). Fahminnansih et al. (2021) menjelaskan Canva sebagai suatu program desain *online* yang menyediakan berbagai alat *editing* untuk membuat berbagai desain grafis, desain *grids*, mudah dipahami, meskipun masih pemula.

Salah satu aspek penting pelatihan Canva dalam upaya peningkatan penjualan yaitu perannya dalam meningkatkan keterampilan desain dan menumbuhkan kreativitas di kalangan UMKM (Zettira et al., 2022). Dengan menyediakan platform yang mudah digunakan dan beragam desain yang menarik bagi pengguna, Canva memungkinkan individu melepaskan kreativitas mereka dan mengembangkan materi pemasaran yang menarik secara visual. Program pelatihan yang berfokus pada Canva bertujuan untuk membekali UMKM dengan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi yang dibutuhkan untuk menciptakan desain grafis yang berkualitas dan efektif (Endra et al., 2024). Kreativitas memainkan peran penting dalam membedakan bisnis di pasar yang kompetitif dan dalam mengembangkan solusi inovatif di berbagai bidang, termasuk desain grafis (Nahuda et al., 2023).

Selain meningkatkan keterampilan desain, pelatihan Canva dapat memberikan dampak signifikan terhadap kualitas konten pemasaran yang dihasilkan oleh UMKM (Endra et al., 2024). *Platform* ini menawarkan solusi untuk membuat konten visual yang menarik bahkan bagi pengguna dengan keterampilan desain minimal, menjadikannya alat yang berharga bagi bisnis yang ingin meningkatkan upaya pemasaran mereka (Qisthiano & Pramana, 2023). Dengan memanfaatkan fitur dan *template* Canva, UMKM dapat membuat materi pemasaran yang tampak profesional dan mengomunikasikan pesan merek dan proposisi nilai mereka secara efektif. Meningkatkan kualitas konten pemasaran dapat membantu bisnis menonjol di pasar yang padat dan menarik perhatian calon konsumen.

Adanya promosi menjadikan barang dan jasa yang dibuat dapat dikenal oleh khalayak (Nurhayaty et al., 2022). Promosi yang efektif dapat memberikan dampak positif bagi dunia usaha. Huda & Setiawan (2019) menyatakan promosi melalui media sosial, bahkan mampu menaikkan omset dan keuntungan usaha. Promosi menjadi salah satu bauran pemasaran bagaimana komunikasi produk tersampaikan dengan baik sehingga banyak pihak yang nantinya tertarik dengan produk yang ada. Memanfaatkan fitur Canva secara efektif untuk promosi pemasaran adalah pendekatan strategis yang dapat meningkatkan hasil penjualan (Satyaninggrat & Hasanah, 2024). Melatih peserta tentang cara memanfaatkan kemampuan Canva dalam merancang materi promosi yang menarik dapat berdampak signifikan terhadap keberhasilan inisiatif pemasaran. Dengan menggabungkan Canva ke dalam perencanaan dan pelaksanaan promosi, bisnis dapat membuat konten yang menarik secara visual yang sesuai dengan *audiens* target mereka, mendorong keterlibatan, dan pada akhirnya meningkatkan kinerja penjualan. Mulai dari membuat grafik media sosial hingga merancang buletin email dan pamflet promosi, Canva menawarkan *platform* serbaguna yang dapat meningkatkan efektivitas upaya pemasaran dan berkontribusi pada peningkatan pendapatan penjualan (Fahmi et al., 2024).

Penggunaan aplikasi Canva telah banyak dimanfaatkan untuk berbagai bidang seperti yang dilakukan Santi et al. (2020) dalam memberikan pelatihan kepada mahasiswa wirausaha berupa pembuatan logo dengan aplikasi Canva. Begitupun Sholeh et al. (2023) memberikan pelatihan untuk membuat konten

menggunakan aplikasi Canva. Selain itu, pelatihan Canva memainkan peran penting dalam meningkatkan visibilitas merek dan mendorong keterlibatan UMKM (Qisthiano & Pramana, 2023). Promosi yang efektif sangat penting untuk menjangkau khalayak sasaran, membangkitkan minat terhadap produk atau layanan, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan (Zettira et al., 2022). Dengan memanfaatkan Canva untuk membuat materi promosi yang menarik secara visual, bisnis dapat meningkatkan visibilitas merek mereka, menarik perhatian calon konsumen, dan meningkatkan interaksi dan keterlibatan dengan target pasar mereka (Wahyuni et al., 2023). Hasil studi penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Canva melalui inisiatif pelatihan secara efektif berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan (Wahyuni et al., 2023). Selain itu, strategi pemasaran digital yang didukung dengan konten menarik secara visual yang dibuat melalui Canva dapat membantu UMKM membangun *brand awareness*, memperluas jangkauan, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan penjualan (Sholeh et al., 2020).

Pengabdian yang telah dilakukan sebelumnya cenderung menitikberatkan pada dua aspek, yaitu pelatihan pemasaran digital tanpa pendalaman desain visual, dimana fokus diberikan pada aspek teknis seperti strategi iklan, manajemen media sosial, atau pemanfaatan *e-commerce*, tetapi belum memberikan solusi konkret terkait peningkatan kualitas desain promosi visual. Akibatnya, materi promosi yang dihasilkan cenderung monoton dan kurang menarik perhatian calon pelanggan. Aspek kedua yaitu penggunaan media promosi konvensional, dimana sebagian pengabdian masih berfokus pada pembuatan media cetak seperti brosur atau spanduk, tanpa memperkenalkan alat digital yang praktis dan efisien seperti Canva yang dapat membantu pelaku UMKM dalam membuat desain modern dengan biaya rendah. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa belum ada pendekatan komprehensif yang menggabungkan pemanfaatan teknologi sederhana, seperti Canva, dengan strategi peningkatan keterampilan desain untuk pelaku UMKM dalam mempromosikan produk atau jasa mereka.

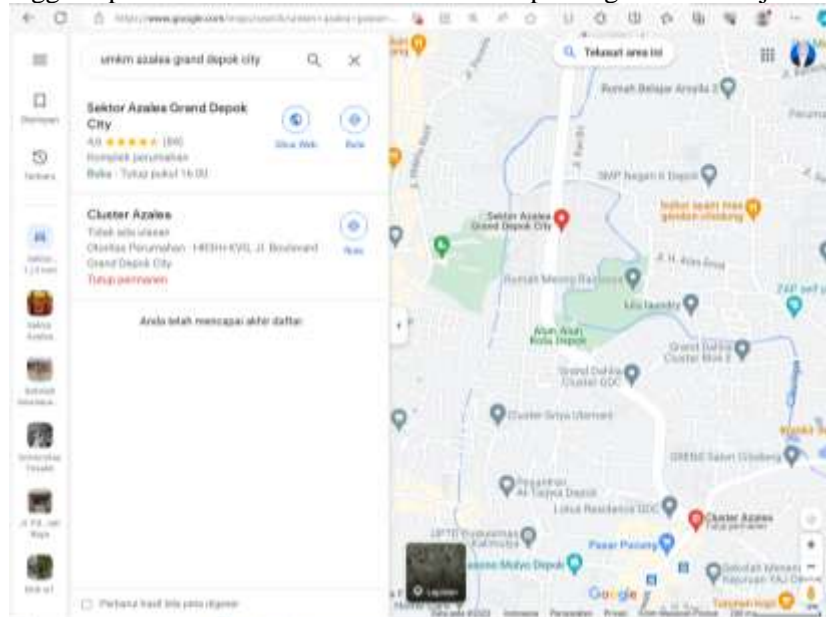
Kontribusi utama dari pengabdian ini adalah (1) Fokus pada peningkatan kualitas visual promosi, yaitu memberikan keterampilan praktis dalam membuat desain promosi yang menarik menggunakan canva, sebagai solusi atas keterbatasan keterampilan desain grafis pada pelaku umkm; (2) Pendekatan praktis dan efisien, yaitu menggunakan *platform* Canva sebagai alat yang ramah pengguna (*user-friendly*) dan mudah diakses, sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan pembuatan konten promosi tanpa memerlukan keahlian teknis desain tingkat tinggi, dan (3) Integrasi dengan media sosial: desain promosi yang dihasilkan diarahkan untuk kebutuhan media sosial, seperti instagram, facebook, dan whatsapp business, yang saat ini menjadi saluran utama pemasaran UMKM.

Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menasar peningkatan keterampilan peserta dalam mendesain promosi, tetapi juga memberikan solusi yang lebih praktis dan mudah diimplementasikan dibandingkan pengabdian sebelumnya yang cenderung bersifat teoritis atau terlalu umum. Oleh karena itu, pengabdian ini hadir untuk mengatasi gap tersebut dengan memberikan pelatihan praktis pemanfaatan Canva sebagai alat desain yang mudah, efektif, dan relevan dengan kebutuhan promosi digital saat ini. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM tentang upaya peningkatan penjualan melalui pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media promosi yang efektif. Melalui pelatihan ini, diharapkan peserta dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam mempromosikan produk atau jasa menggunakan aplikasi Canva, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pertumbuhan usaha.

II. MASALAH

Permasalahan yang dihadapi UMKM Azalea adalah para pengusaha belum optimal dalam mengembangkan usahanya disebabkan minimnya pengetahuan dan kemampuan mereka dalam konsep dan praktik bisnis. Kendala tersebut membuat para pengusaha UMKM belum bisa mengoptimalkan produk barang dan jasa yang mereka tawarkan kepada konsumen sehingga penjualan dirasa belum maksimal. Penjualan yang belum maksimal ini tentukan berdampak pada pendapatan dan kemampuannya dalam mengembangkan usahanya. Upaya peningkatan penjualan yang tepat dan pemilihan media promosi yang efektif dan efisien dapat mempengaruhi pendapatan dan perkembangan usaha. Dengan pemilihan media promosi yang tepat dan ekonomis mampu meminimalkan biaya promosi dan sekaligus meningkatkan penjualan, oleh karena itu pengusaha UMKM perlu memahami pentingnya penggunaan aplikasi Canva dalam usahanya.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada, sehingga membuat tim PkM FEB Universitas Trisakti merasa perlu melakukan pelatihan bagi para pengusaha di UMKM Azalea sehingga nantinya mereka dapat membuat dan mendesain sendiri konten promosinya dengan memanfaatkan aplikasi Canva. Hal tersebut dapat meminimalisir biaya dan meningkatkan penjualan untuk produk barang atau jasa yang ditawarkannya, sehingga dapat membantu mereka dalam mencapai target dan kemajuan usahanya.



Gambar 1. Peta Lokasi UMKM Azalea

III. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini dilakukan berdasarkan analisis kebutuhan penanganan masalah yang dihadapi Mitra. Tahapan kegiatan diawali dengan melakukan observasi awal yaitu survei atau wawancara kepada perwakilan peserta target untuk memahami permasalahan mereka terkait promosi produk/jasa. Diketahui permasalahan yang dihadapi yaitu rendahnya kemampuan pelaku UMKM dalam upaya promosi sehingga kurang optimal dalam peningkatan penjualan. Dari hasil observasi, fokus diarahkan pada peningkatan keterampilan menggunakan Canva sebagai alat praktis untuk desain promosi guna meningkatkan daya tarik pemasaran. Menyasar pemilik usaha kecil UMKM Azalea Grand Depok City. Peserta pelatihan yaitu pengusaha UMKM Azalea Grand Depok City. UMKM Azalea Grand Depok City merupakan sebuah wadah yang terdiri dari beberapa ibu rumah tangga yang ada di perumahan Azalea Grand Depok City yang produktif menghasilkan produk makanan dan ada juga yang memiliki usaha kedai makanan dan coffee shop. Saat ini sudah tergabung sebanyak 10 UMKM yang memerlukan pelatihan dan penyuluhan untuk mengembangkan usaha mereka. Produk – produk yang ditawarkan diantaranya seperti sambel ulek jeng Enno, nasi bakar dan paru pedas, kering kentang pengantin dan risol mayo, pastel dan kue lumpur, sosis solo, kue basah, roti, klappertaart dan rice mentai, serta kopi.

Langkah selanjutnya yaitu perencanaan program dengan menentukan tujuan pengabdian yaitu memberikan pemahaman tentang pentingnya promosi dalam meningkatkan penjualan, serta meningkatkan keterampilan praktis peserta dalam memanfaatkan Canva sebagai media promosi yang efektif. Metode pengabdian yang dilakukan meliputi pelatihan dan penyuluhan yang meliputi sesi teori, praktek, dan diskusi interaktif terhadap materi pelatihan Canva dalam membuat konten promosi produk atau jasa UMKM sebagai salah satu solusi yang diberikan. Penyusunan materi dan alat pendukung meliputi pembuatan modul pelatihan, perangkat (laptop/gadget), dan akses internet yang dibutuhkan. Solusi ini diupayakan dapat melibatkan mitra secara aktif dalam setiap metode pelatihan, penggunaan alat atau teknologi yang digunakan dalam penerapannya. Penyuluhan dan pelatihan diberikan oleh tim dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti dengan melibatkan mahasiswa dan alumni FEB Universitas Trisakti.

Tahapan selanjutnya yaitu pelaksanaan kegiatan (tahap implementasi metode) yaitu pelaksanaan pelatihan dimana dilakukan penyampaian materi tentang konsep promosi dan pentingnya desain visual dalam menarik pelanggan. Demonstrasi langsung penggunaan fitur-fitur Canva seperti pemilihan *template*, *editing*

teks, warna, gambar, hingga *eksport file*. Praktek langsung oleh peserta dengan cara peserta dibimbing untuk membuat desain promosi sesuai kebutuhan usaha mereka. Misalnya:

- a. Desain flyer produk.
- b. Konten promosi untuk media sosial.
- c. Banner atau katalog digital.

Praktek langsung dilakukan dengan menggunakan produk dari salah satu peserta UMKM yang hadir.

Setelah pelatihan, tahap selanjutnya yaitu evaluasi dan pengujian (tahap pengukuran hasil) yang dilakukan dengan survey kepuasan peserta menggunakan kuesioner untuk mengetahui pemahaman peserta setelah pelatihan, serta keterampilan yang mereka peroleh dalam menggunakan Canva. Tahap selanjutnya yaitu penyusunan laporan hasil pengabdian yaitu merangkum semua tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, implementasi metode pelatihan, hingga pengukuran hasil, lalu menyertakan analisis dampak program dalam peningkatan keterampilan peserta dan efektivitas promosi mereka, serta menarik kesimpulan mengenai keberhasilan pelatihan dalam membantu peserta meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan canva.

Hasil yang diharapkan dari pengabdian ini meliputi peningkatan keterampilan peserta dalam membuat desain promosi sederhana dan menarik menggunakan Canva, meningkatnya pemahaman peserta tentang pentingnya promosi visual dalam menarik minat pelanggan, peningkatan kualitas promosi produk atau jasa yang berimbas pada peningkatan penjualan, dan terbentuknya praktik promosi digital yang lebih efektif di kalangan pelaku UMKM atau penyedia jasa.

Tahapan ini mencerminkan rangkaian yang sistematis dalam melaksanakan pengabdian kepada masyarakat. Mulai dari identifikasi masalah, penyusunan metode, implementasi pelatihan, hingga evaluasi hasil, semuanya diarahkan untuk mencapai tujuan peningkatan penjualan melalui desain promosi yang lebih baik menggunakan Canva.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian "Pentingnya Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Pemanfaatan Canva dalam Promosi Produk maupun Jasa", dapat disimpulkan bahwa peserta, terutama UMKM atau pelaku usaha jasa, mengalami peningkatan keterampilan dalam menggunakan Canva untuk membuat materi promosi yang lebih menarik dan profesional. Beberapa hasil utama yang diperoleh antara lain yaitu (1) Peningkatan Pemahaman, dimana peserta memahami pentingnya promosi visual untuk menarik perhatian pelanggan; dan (2) Kemampuan Praktis, dimana peserta berhasil membuat desain flyer, poster, banner, dan konten digital yang dapat diunggah di media sosial seperti Instagram, Facebook, atau WhatsApp Business.

Hasil pengabdian menunjukkan dampak positif dalam peningkatan keterampilan peserta, namun terdapat beberapa hal yang perlu dianalisis lebih lanjut, diantaranya: (1) Tingkat pemanfaatan teknologi. Meskipun Canva merupakan alat yang mudah digunakan, sebagian peserta dari kalangan UMKM dengan keterbatasan akses teknologi (seperti internet yang tidak stabil atau keterampilan dasar komputer) masih memerlukan bimbingan lebih intensif. Hal ini mengindikasikan bahwa perlu adanya pendampingan berkelanjutan pasca pelatihan; (2) Kualitas desain yang bervariasi. Tidak semua peserta dapat langsung menghasilkan desain promosi yang menarik. Ini menunjukkan pentingnya penyempurnaan metode pengajaran, seperti memberikan contoh desain yang lebih spesifik sesuai kategori produk/jasa yang mereka tawarkan; (3) Dampak jangka panjang. Efektivitas desain promosi dalam meningkatkan penjualan perlu diukur dalam periode yang lebih panjang. Perlu kajian lebih lanjut untuk melihat dampaknya terhadap peningkatan omzet atau loyalitas pelanggan.

Hasil pengabdian ini sejalan dengan penelitian terkini yang menekankan pentingnya desain visual dalam strategi pemasaran digital, seperti Endra *et al.* (2024) dengan program pelatihan yang berfokus pada Canva bertujuan untuk membekali UMKM dengan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi yang dibutuhkan untuk menciptakan desain grafis yang berkualitas dan efektif. Sama halnya dengan hasil penelitian Huda & Setiawan (2019) yang menyatakan penggunaan media sosial pada usaha *catering* di Kota Semarang menimbulkan perbedaan perkembangan usaha antara sebelum dan sesudah menggunakan media sosial. Pelatihan membuat media promosi sederhana dengan aplikasi Canva yang dilakukan oleh Nurhayaty *et al.* (2022) juga menunjukkan hasil yang positif dimana peserta dapat menerima pengetahuan yang diberikan dan mampu menggunakan Aplikasi Canva. Menurut OECD (2023), peningkatan keterampilan digital pada

UMKM menjadi salah satu solusi utama untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Dengan penguasaan alat teknologi seperti Canva, pelaku UMKM memiliki keunggulan untuk mempromosikan produk/jasa secara mandiri dan ekonomis.

Program kegiatan ini telah terlaksana dengan baik pada Maret 2024 dimulai pada jam 10.00 di Grand Depok City, Jatimulya, Kec. Cilodong, Kota Depok, Jawa Barat, dengan target utama pelaku UMKM Azalea Grand Depok City. Pelatihan ini dihadiri oleh 17 peserta yang aktif di bidang usaha mikro, kecil, dan menengah namun belum memiliki keterampilan desain grafis yang memadai. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan dari perwakilan Dewan Riset dan Pengabdian Masyarakat Fakultas (DRPMF) yang sekaligus memberikan ucapan terima kasih kepada UMKM Azalea, kemudian diikuti sambutan dari RT 1 Azalea, dan selanjutnya masuk kepada kegiatan inti yaitu penjelasan materi pelatihan Pentingnya Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Pemanfaatan Canva dalam Promosi Produk maupun Jasa". Pada kegiatan ini, dihasilkan satu bentuk desain poster atau iklan menggunakan sampel produk yaitu kue brownies coklat yang diproduksi sendiri oleh salah satu pengusaha UMKM sebagai peserta pelatihan.



Gambar 2. Foto Kegiatan dan Hasil Sampel Desain Canva
Sumber: Dokumentasi Tim FEB Usakti (2024)

Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Penjualan

Berdasarkan hasil kuesioner diketahui sebanyak lima orang (30%) menyatakan belum pernah menggunakan aplikasi Canva sebagai konten promosi untuk meningkatkan penjualan, sedangkan sisanya 12 orang (70%) menyatakan pernah menggunakannya. Hasil ini memberikan peluang bagi para akademisi atau praktisi untuk mensosialisasikan dan memberikan pemahaman serta pelatihan pemanfaatan aplikasi Canva kepada pengusaha UMKM Azalea untuk memperoleh tingkat penjualan yang diinginkan. Pada pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman tentang pentingnya promosi serta manfaat dan tujuan peningkatan penjualan bagi usahanya.



Gambar 2. Cuplikan Materi Pelatihan
Sumber: Dokumentasi Tim FEB Usakti (2024)

Kesesuaian Materi Pelatihan dengan Kebutuhan Peserta

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa materi pelatihan aplikasi Canva dianggap sesuai dengan kebutuhan peserta. Sebanyak 6 orang (26%) dari total peserta menyatakan sangat setuju, dan 11 orang (48%) menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut. Ini mengindikasikan bahwa mayoritas peserta merasa materi yang disampaikan dalam pelatihan sudah sesuai dengan apa yang mereka butuhkan untuk meningkatkan penjualan produk maupun jasa mereka melalui promosi yang efektif.

Tabel 1. Tingkat Kesesuaian Materi Pelatihan

| Keterangan | Jumlah Peserta | Persentase |
|---------------------|----------------|------------|
| Sangat Setuju | 6 | 26% |
| Setuju | 11 | 48% |
| Tidak Setuju | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - |

Sumber: Kuesioner diolah (2024)

Berdasarkan tabel 1, dapat dilihat bahwa tidak ada peserta yang merasa materi tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, yang mengindikasikan keberhasilan penyampaian materi oleh penyelenggara pelatihan.

Minat Peserta terhadap Kelanjutan Pelatihan

Selain kesesuaian materi, minat peserta terhadap kelanjutan pelatihan juga diukur melalui kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa 14 orang (61%) sangat setuju dan 3 orang (13%) setuju bahwa kegiatan pelatihan diharapkan dilakukan secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan antusiasme yang tinggi dari peserta untuk terus mengikuti pelatihan serupa di masa mendatang.

Tabel 2. Minat Terhadap Kelanjutan Pelatihan

| Keterangan | Jumlah Peserta | Persentase |
|---------------------|----------------|------------|
| Sangat Setuju | 14 | 61% |
| Setuju | 3 | 13% |
| Tidak Setuju | - | - |
| Sangat Tidak Setuju | - | - |

Sumber: Kuesioner diolah (2024)

Tabel 2 memperlihatkan bahwa tidak ada peserta yang merasa tidak tertarik untuk mengikuti pelatihan lanjutan. Ini menunjukkan bahwa materi pelatihan tidak hanya sesuai dengan kebutuhan, tetapi juga menarik dan bermanfaat sehingga peserta ingin lebih mendalami pemanfaatan Canva dalam promosi.

Berdasarkan hasil kuesioner, dapat disimpulkan bahwa kegiatan "Pentingnya Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Pemanfaatan Canva dalam Promosi Produk maupun Jasa" telah berhasil memenuhi tujuan utamanya. Mayoritas peserta merasakan manfaat langsung dari materi yang diberikan, yang sesuai dengan kebutuhan mereka untuk meningkatkan penjualan melalui promosi yang lebih baik.

Keberhasilan ini juga tercermin dari minat peserta yang tinggi terhadap pelatihan lanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa topik pelatihan sangat relevan dan dirasakan penting oleh peserta. Selain itu, tingginya angka persetujuan terhadap kelanjutan pelatihan mengindikasikan bahwa metode penyampaian dan materi yang diberikan mampu menarik perhatian dan mempertahankan minat peserta.

V. KESIMPULAN

Pelatihan ini telah berhasil mencapai tujuan utamanya. Mayoritas peserta merasakan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mereka dan menunjukkan minat yang tinggi untuk mengikuti pelatihan lanjutan. Hasil ini memberikan dasar yang kuat bagi penyelenggara untuk terus mengembangkan dan menyelenggarakan pelatihan serupa di masa depan.

Penyelenggara pelatihan perlu mempertimbangkan untuk terus mengadakan pelatihan serupa secara berkala, serta mungkin mengembangkan materi lebih lanjut yang dapat mencakup aspek-aspek lain dari promosi digital dan penggunaan aplikasi desain grafis. Dengan demikian, diharapkan para peserta dapat terus

meningkatkan kompetensi mereka dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung kegiatan promosi dan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan kegiatan pelatihan "Pentingnya Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Pemanfaatan Canva dalam Promosi Produk maupun Jasa".

Terima kasih kepada para peserta pelatihan yang telah aktif berpartisipasi dan memberikan masukan yang berharga melalui kuesioner. Umpan balik yang diberikan sangat membantu dalam mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelatihan di masa mendatang.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada para instruktur yang telah menyampaikan materi dengan jelas dan mendukung peserta dalam memahami penggunaan Canva untuk promosi produk dan jasa dalam upaya peningkatan pendapatan. Dedikasi dan keahlian para instruktur sangat berperan dalam kesuksesan pelatihan ini.

Penulis juga menghargai dukungan dari pihak manajemen dan panitia pelaksana yang telah bekerja keras mempersiapkan dan menyelenggarakan pelatihan ini dengan baik. Kerja sama tim yang solid dan komitmen yang tinggi merupakan kunci dari keberhasilan kegiatan ini.

Penulis berharap kegiatan pelatihan ini memberikan manfaat yang signifikan bagi para peserta dan mendorong peningkatan penjualan melalui promosi yang lebih efektif. Semoga kita dapat terus bekerja sama dalam upaya peningkatan kompetensi dan pengembangan diri di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Endra, R. Y., Redaputri, A. P., Dunan, H., Aprinisa, A., Syahputra, M. B., & Handayani, A. (2024). Pelatihan Design Dengan Canva Untuk Umkm Sebagai Sarana Promosi Produk Di Desa Ganjar Asri Metro. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(1), 32–38. <https://doi.org/10.36448/jpu.v3i1.54>
- Fahmi, M., Nuryamin, Y., Rezki, M., & Nurdiani, S. (2024). Membuat Video Animasi Penjualan dengan Canva Pada Karang Taruna Rw. 06 Jalan Mampang Prapatan. *Indonesian Community Service of Computer Science (IndoComs)2*, 1(1), 15–17.
- Fahminnansih, F., Rahmawati, E., & Wardhanie, A. P. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis dan Promosi Produk pada Sekolah Islami berbasis Kewirausahaan. *Society : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 51–58. <https://doi.org/10.37802/society.v2i1.170>
- Huda, G., & Setiawan, A. H. (2019). Analisis Perbedaan Sebelum Dan Sesudah Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Catering Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Economics*, 1(1).
- Nahuda, N., Kunaenih, K., Yatin, R. M., Maulidya, Y., Hanief, M., Aulia, A., & Putri, N. Z. H. (2023). Pelatihan Canva sebagai Strategi Meningkatkan Kreatifitas di SMA Negeri 1 Pare Kediri. *Jurnal PkM (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(5), 523. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v6i5.20363>
- 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>
- Qisthiano, M. R., & Pramana, D. (2023). Menggapai Keunggulan Promosi di Era Digital: Kolaborasi Canva untuk Peningkatan Ekonomi Lokal. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian ...*, 1(3), 243–249. <https://pbsi-upr.id/index.php/Faedah/article/view/296%0Ahttps://pbsi-upr.id/index.php/Faedah/article/download/296/238>
- Riyanto, G. P., & Pratomo, Y. (2023). *Bos Canva Kenang Perjalanan 10 Tahun, dari Nol hingga 150 Juta Pengguna*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2023/10/05/08020057/bos-canva-kenang-perjalanan-10-tahun-dari-nol-hingga-150-juta-pengguna>
- Santi, I. N., Mubaraq, R., Farid, & Sriwanti. (2020). Pelatihan Membuat Logo Usaha Menggunakan Aplikasi Canva Bagi Mahasiswa Wirausaha. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(2), 41–45.
- Satyaningrat, L. M. W., & Hasanah, P. (2024). Pelatihan Desain Berbasis Canva dalam Upaya Pengembangan Kreativitas Pelajar di Kawasan Rt 05 Balikpapan Selatan. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 5(1), 103–107.
- 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), 430–436. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>
- Sholeh, M., Suraya, S., & Rachmawati, R. Y. (2023). Penggunaan Aplikasi Canva Sebagai Desain Konten Promosi Bagi Pelaku UMKM. *Abdimas Altruist: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 107–113. <https://doi.org/10.24071/aa.v6i2.6667>

- Unonongo, W., Warouw, D., & Tulung, L. (2015). yang belakangan ini menghipnotis banyak masyarakat dengan keunggulan dan kelebihanannya. Terbukti dalam enam bulan terakhir ini Smartphone tersebut bisa di Jo vP š o Z ^ u Ē i] _%o asar Gadget di Indonesia. Hal ini dikarenakan Samsung memiliki keunggulan p. *E-Journal "Acta Diurna,"* 4(5).
- Wahyuni, M., Yanto, Y., & Maryaningsih, M. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Canva Dalam Promosi Usaha Online Di Kota Bengkulu. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 10(2), 787–802. <https://doi.org/10.37676/professional.v10i2.5201>
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>