

PELATIHAN DESAIN PROMOSI DIGITAL DENGAN CANVA SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM KOTA BEKASI

Muhamad Handar¹

¹Universitas Terbuka; Haltev IT Learning Center (Jawa Barat)

Abstrak

Kata Kunci:
*Pelatihan,
Canva,
UMKM,
Promosi
Digital,
Desain
Konten.*

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional, termasuk di wilayah Kota Bekasi. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu beradaptasi dengan strategi promosi digital secara optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan digital pelaku UMKM melalui pelatihan desain promosi menggunakan aplikasi Canva sebagai strategi peningkatan daya saing. Mitra kegiatan adalah Fladela Buket, usaha mikro yang bergerak di bidang pembuatan buket snack dan hampers di Cikiwul, Bantargebang, Bekasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan peserta dalam mendesain konten promosi digital dan peningkatan aktivitas promosi melalui akun Instagram @fladela.buket dengan kenaikan *engagement* sebesar 35% dalam satu minggu pascapelatihan. Kegiatan ini membuktikan bahwa penggunaan Canva dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM dalam memperkuat branding digital dan memperluas jangkauan pasar.

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan penggerak utama ekonomi nasional karena berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja serta peningkatan pendapatan masyarakat. Di Kota Bekasi, terdapat lebih dari 320.000 pelaku UMKM yang tersebar di seluruh wilayah kecamatan dan menjadi tulang punggung ekonomi lokal. (Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi, 2023). Namun, tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM adalah keterbatasan kemampuan dalam melakukan promosi secara digital dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. (Kotler & Keller, 2016)

Salah satu contoh pelaku UMKM tersebut adalah Buklet Prasmanan “Fladela Buket”, yang berlokasi di Kelurahan Cikiwul, Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal dengan pemilik usaha, diketahui bahwa kegiatan promosi masih bersifat konvensional seperti melalui pesan *WhatsApp* atau promosi dari mulut ke mulut. Walaupun telah memiliki akun Instagram @fladela.buket, penggunaannya belum optimal karena keterbatasan kemampuan membuat desain promosi yang menarik.

Kondisi ini menyebabkan keterbatasan jangkauan pasar dan rendahnya interaksi pelanggan. Padahal, dalam era digital saat ini, kemampuan membuat desain promosi merupakan keterampilan penting untuk meningkatkan daya saing produk di pasaran. (Hidayat & Pratama, 2022).

Salah satu solusi sederhana dan efisien untuk permasalahan ini adalah dengan memanfaatkan Canva, *platform* desain grafis berbasis web yang dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan keahlian desain profesional. (Suryani & Rahman, 2021)

Berdasarkan latar belakang di atas maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan judul **“Pelatihan Desain Promosi Digital dengan Canva sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Kota Bekasi”**, yang bertujuan untuk:

1. Meningkatkan keterampilan mitra dalam membuat desain promosi digital menggunakan Canva.
2. Membantu mitra memahami strategi promosi media sosial yang efektif.
3. Meningkatkan daya saing dan jangkauan pasar produk mitra melalui media digital.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada 8 – 9 November 2025 di lokasi usaha mitra, yaitu Fladela Buket, Kelurahan Cikiwul, Kecamatan Bantargebang, Kota Bekasi. Peserta kegiatan terdiri dari tiga orang, yakni pemilik usaha dan dua staf yang membantu proses produksi dan pemasaran. Metode pelaksanaan meliputi tiga tahapan utama:

1. **Persiapan:** survei kebutuhan mitra, penyusunan modul pelatihan “Desain Promosi Digital dengan Canva”, dan persiapan perangkat pelatihan (laptop, proyektor, serta jaringan internet).
2. **Pelaksanaan:** pelatihan dilaksanakan dua hari:
 - a. Hari pertama: pengenalan Canva, pembuatan akun, eksplorasi fitur, dan praktik membuat desain poster serta konten Instagram.
 - b. Hari kedua: pembahasan branding visual, konsistensi warna dan *font*, *storytelling* visual, serta pembuatan kalender konten media sosial bulanan.
3. **Evaluasi dan Pendampingan:** Pada tahap ini dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* serta pendampingan lanjutan via *WhatsApp* selama 1 pekan. Kegiatan ini menerapkan pendekatan partisipatif, di mana peserta tidak hanya mendengarkan penjelasan tetapi juga aktif berlatih secara langsung dalam membuat desain sesuai produk mereka.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan berjalan lancar dan diikuti secara aktif oleh peserta. Pada tahap awal (*pre-test*), peserta menunjukkan keterbatasan dalam memahami fungsi Canva dan belum mampu membuat desain promosi yang menarik. Setelah dua hari pelatihan, kemampuan peserta meningkat signifikan dengan nilai rata-rata post-test mencapai 90% dari total penilaian, naik dari sebelumnya 50%.

Peserta berhasil membuat berbagai desain digital seperti:

- a. Poster promosi produk buket snack;
- b. *Story Instagram* untuk promo mingguan;
- c. Kalender konten media sosial untuk satu bulan ke depan.

Setelah pelatihan, akun Instagram mitra, @fladela.buket, menunjukkan peningkatan aktivitas: frekuensi unggahan meningkat menjadi tiga kali seminggu dan *engagement rate* naik hingga 35% dalam satu (1) minggu.(Canva, 2025)

Selain peningkatan keterampilan teknis, pelatihan juga memberikan dampak motivasional, di mana peserta merasa lebih percaya diri dalam mengelola promosi digital tanpa bergantung pada jasa desainer. Hal ini memperlihatkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis aplikasi sederhana seperti Canva efektif untuk meningkatkan kemandirian digital pelaku UMKM.(Wahyuni, 2021).

D. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat “Pelatihan Desain Promosi Digital dengan Canva sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Kota Bekasi” memberikan dampak nyata bagi mitra Fladela Buket. Pelatihan ini berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat desain promosi digital, memahami prinsip branding visual, dan menerapkan strategi konten media sosial.

Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan *engagement* media sosial dan konsistensi promosi produk. Canva terbukti menjadi alat yang efektif, sederhana, dan ekonomis bagi UMKM untuk memperkuat identitas merek dan memperluas pasar secara digital. Ke depan, pelatihan lanjutan seperti strategi pemasaran digital, analisis *insight* media sosial, dan *copywriting* disarankan untuk mengoptimalkan hasil kegiatan ini.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Haltev IT Learning Center atas dukungan dan kontribusinya dalam kegiatan pelatihan ini.

Haltev IT Learning Center telah menyediakan fasilitas, pendampingan teknis, serta materi pendukung dalam pelaksanaan pelatihan desain promosi digital menggunakan Canva. Dukungan tersebut berperan penting dalam keberhasilan kegiatan ini serta peningkatan kompetensi digital mitra UMKM di Kota Bekasi.

F. REFERENSI

- Canva. (2025). *Canva for Business: Toolls for Small Businesses*. Wwww.Canva.Com.
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi. (2023). *Data UMKM Kota Bekasi Tahun 2023*.
- Hidayat, M. A., & Pratama, F. (2022). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Menggunakan Canva bagi UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Kreatif*, 3(2), 87–95.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Suryani, T., & Rahman, M. (2021). Strategi Pemasaran Digital UMKM di Era Pandemi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Digital*, 5(1), 45–56.
- Wahyuni, R. (2021). Pemanfaatan Media Sosial untuk Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Komunikasi Bisnis Digital*, 4(2), 55–68.