

## **Peningkatan Keterampilan Desain Promosi Digital melalui Pelatihan Canva bagi Pelaku Usaha di Kampung Bahagia, Perlis, Malaysia**

**Dito Putro Utomo<sup>1,\*</sup>, Raheliya br Ginting<sup>2</sup>, Indah Mawati Giawa<sup>3</sup>, David JM Sembiring<sup>2</sup>, Sinekmehuli Br Perangin Angin<sup>4</sup>, Meiliyani Br Ginting<sup>5</sup>, Asprina br Surbakti<sup>6</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Teknik Komputer dan Informatika, Program Studi Teknologi Rekayasa Multimedia Graifs, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Sains dan Teknologi, Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi dan Bisnis Indonesisa, Medan, Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Bisnis dan Humaniora, Program Studi Akuntansi, Institut Teknologi dan Bisnis Indonesia, Medan

<sup>4</sup>Fakultas Sains dan Teknologi, Program Studi Manajemen Informatika, Institut Teknologi dan Bisnis Indonesisa, Medan, Indonesia

<sup>5</sup>Fakultas Sains dan Teknologi, Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, Institut Teknologi dan Bisnis Indonesisa, Medan, Indonesia

<sup>6</sup>Fakultas Sains dan Teknologi, Program Studi Teknologi Informatika, Institut Teknologi dan Bisnis Indonesisa, Medan, Indonesia

Email: <sup>1,\*</sup>ditopotrutoutomo@polmed.ac.id, <sup>2</sup>raheliyabrginting@gmail.com, <sup>3</sup>indah.giawa1@gmail.com,

<sup>4</sup>davidjms366@gmail.com, <sup>5</sup>sinekmehulibrpa@gmail.com, <sup>6</sup>meiliyani.ginting@gmail.com, <sup>7</sup>asprina.surbakti28@gmail

(\* : coresponding author)

**Abstrak**–Penggunaan media digital dalam promosi usaha menjadi kebutuhan penting bagi pelaku usaha kecil, terutama di wilayah perkampungan yang memiliki potensi ekonomi lokal. Pelaku usaha di Kampung Bahagia, Perlis, Malaysia, masih minim dalam memanfaatkan desain promosi digital untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai pemasaran produk. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam membuat desain promosi digital menggunakan aplikasi Canva. Metode pelaksanaan mencakup observasi awal, penyusunan materi, penyampaian materi, demonstrasi Canva, praktik langsung pembuatan desain, evaluasi hasil desain, dan pendampingan lanjutan. Kegiatan dilakukan secara partisipatif agar pelaku usaha dapat langsung mencoba dan menghasilkan desain yang sesuai dengan kebutuhan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan dan pemahaman pelaku usaha. Tingkat pemahaman pelaku usaha pada berbagai indikator meningkat dari 30–45 persen sebelum pelatihan menjadi 74–84 persen setelah pelatihan. Pelaku usaha mampu membuat desain promosi yang rapi, informatif, dan siap digunakan di media sosial. Selain meningkatkan kemampuan teknis, kegiatan ini mendorong perubahan sikap, meningkatkan kepercayaan diri, serta membangun kesadaran akan pentingnya promosi digital bagi pengembangan usaha. Kegiatan ini juga membuka peluang pengembangan lebih lanjut, termasuk pelatihan fotografi produk, pengelolaan konten media sosial, dan pembentukan kelompok belajar digital. Dengan demikian, pengabdian ini berhasil memberikan dampak ekonomi, sosial, dan literasi digital bagi pelaku usaha di Kampung Bahagia.

**Kata Kunci:** Promosi Digital; Canva; Pelaku Usaha; Literasi Digital; Pengabdian Masyarakat

**Abstract**–The use of digital media for business promotion has become essential for small business owners, especially in rural areas with local economic potential. Business owners in Kampung Bahagia, Perlis, Malaysia, still minimally utilize digital promotional design to attract consumer attention and enhance product marketing. This community service activity aimed to improve the skills of business owners in creating digital promotional designs using the Canva application. The implementation method included initial observation, material preparation, material delivery, Canva demonstration, hands-on design practice, evaluation of design outcomes, and follow-up mentoring. The activity was conducted participatively so that business owners could directly try and produce designs according to their business needs. Results show a significant improvement in the skills and understanding of business owners. The level of understanding across various indicators increased from 30–45 percent before training to 74–84 percent after training. Business owners were able to create neat, informative, and ready-to-use promotional designs for social media. In addition to enhancing technical skills, the activity fostered attitude changes, increased self-confidence, and raised awareness of the importance of digital promotion for business development. The program also opens opportunities for further development, including product photography training, social media content management, and formation of digital learning groups. Consequently, this community service successfully provides economic, social, and digital literacy benefits for business owners in Kampung Bahagia.

**Keywords:** Digital Promotion; Canva; Business Owners; Digital Literacy; Community Service

### **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pelaku usaha dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat. Promosi usaha tidak lagi hanya bergantung pada informasi lisan, papan nama, brosur, atau tampilan produk secara langsung. Saat ini, pelaku usaha dituntut mampu membuat media promosi digital yang menarik, mudah dibaca, dan sesuai dengan karakter konsumen (Yuliana et al., 2024). Media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok memberi peluang besar bagi pelaku usaha untuk menjangkau calon pembeli secara lebih luas. Namun, peluang tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pelaku usaha di Kampung Bahagia, Perlis, Malaysia, terutama dalam aspek desain promosi digital (Afifah, 2025).

Di Malaysia, usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki peran penting dalam perekonomian. Data resmi menunjukkan bahwa UMKM Malaysia pada tahun 2024 berkontribusi sebesar 39,5 persen terhadap PDB nasional, dengan nilai tambah sebesar RM652,4 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas pelaku usaha kecil perlu terus dilakukan, termasuk dalam bidang pemasaran digital (Ministry of Economy Department of Statistics Malaysia Official Portal, 2025b).

Kebutuhan promosi digital juga semakin relevan karena masyarakat Malaysia memiliki tingkat penggunaan media sosial yang tinggi. Laporan Meltwater tahun 2024 menunjukkan bahwa terdapat sekitar 28,68 juta identitas pengguna media sosial di Malaysia, atau sekitar 83,1 persen dari populasi. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk dan jasa (Howe, 2024).

Secara ekonomi, kegiatan ini relevan dengan posisi usaha mikro, kecil, dan menengah di Malaysia. Data Department of Statistics Malaysia menunjukkan bahwa MSME Malaysia pada tahun 2024 menyumbang 39,5 persen terhadap PDB nasional dengan nilai tambah RM652,4 miliar. Pertumbuhan PDB MSME juga mencapai 5,8 persen, lebih tinggi daripada pertumbuhan ekonomi Malaysia secara keseluruhan yang berada pada 5,1 persen. Data ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil memiliki kontribusi nyata terhadap ekonomi nasional dan perlu didukung melalui penguatan kapasitas digital (Ministry of Economy Department of Statistics Malaysia Official Portal, 2025b). Menurut (SME Corp Malaysia, 2025) juga mencatat bahwa MSME mencakup 96,1 persen dari seluruh perusahaan di Malaysia pada tahun 2024, atau sekitar 1.086.386 unit usaha. Angka ini memperlihatkan bahwa penguatan keterampilan promosi digital pada pelaku usaha kecil sangat penting karena kelompok ini menjadi tulang punggung aktivitas ekonomi masyarakat.

Perlis sebagai lokasi kegiatan juga memiliki karakter wilayah yang mendukung pelaksanaan pengabdian ini. Perlis merupakan negara bagian terkecil di Malaysia, tetapi memiliki aktivitas ekonomi lokal yang ditopang oleh sektor jasa, perdagangan, makanan, dan usaha skala kecil. Data Gross Domestic Product by State 2024 menunjukkan bahwa PDB Perlis tumbuh 3,3 persen dengan nilai ekonomi RM6,5 miliar. Sektor jasa menjadi penggerak utama ekonomi Perlis, termasuk subsektor perdagangan grosir dan ritel, makanan dan minuman, serta akomodasi (Ministry of Economy Department of Statistics Malaysia Official Portal, 2025a). Kondisi ini menunjukkan bahwa pelatihan promosi digital memiliki hubungan langsung dengan kebutuhan masyarakat, terutama pelaku usaha makanan, minuman, produk rumahan, dan jasa lokal.

Kampung Bahagia, Perlis, merupakan salah satu wilayah permukiman yang memiliki potensi sosial dan ekonomi masyarakat yang cukup baik. Secara sosial, masyarakat kampung memiliki hubungan yang erat, komunikasi antarwarga berjalan aktif, dan aktivitas ekonomi masyarakat masih banyak bertumpu pada usaha berskala kecil. Secara fisik, lingkungan kampung mendukung adanya aktivitas usaha masyarakat karena berada di sekitar kawasan permukiman dan jalur interaksi warga. Secara ekonomi, pelaku usaha di wilayah ini memiliki peluang untuk mengembangkan produk dan layanan melalui promosi digital. Potensi tersebut dapat diperkuat apabila pelaku usaha mampu menampilkan informasi usaha secara lebih menarik melalui desain promosi yang rapi, sederhana, dan mudah dipahami.

Berdasarkan pengamatan awal, permasalahan utama yang ditemukan pada mitra adalah masih minimnya penggunaan desain promosi digital dalam kegiatan pemasaran. Sebagian pelaku usaha telah menggunakan smartphone dan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Namun, penggunaan media digital tersebut belum diikuti dengan kemampuan membuat desain promosi yang baik. Promosi yang dilakukan masih banyak berbentuk pesan teks biasa, foto produk tanpa pengolahan desain, atau unggahan sederhana tanpa identitas visual yang jelas. Kondisi ini membuat informasi produk kurang menarik, kurang mudah dikenali, dan belum memiliki ciri khas yang membedakan satu usaha dengan usaha lainnya.

Potret awal menunjukkan bahwa dari pelaku usaha yang menjadi sasaran kegiatan, sebagian besar sudah memiliki perangkat digital berupa smartphone. Namun, pelaku usaha belum pernah menggunakan aplikasi desain seperti Canva. Pelaku usaha masih mempromosikan produk melalui teks biasa di WhatsApp atau media sosial. Selain itu, pelaku usaha belum memahami unsur dasar desain promosi, seperti pemilihan warna, penggunaan gambar, penyusunan teks, tata letak, ukuran desain, dan penempatan informasi kontak. Data awal ini menunjukkan bahwa mitra sebenarnya telah memiliki akses terhadap teknologi digital, tetapi belum memiliki keterampilan yang cukup untuk mengolahnya menjadi media promosi yang menarik.

Masalah minimnya keterampilan desain promosi digital berdampak pada rendahnya kualitas tampilan promosi usaha. Produk yang ditawarkan mungkin memiliki nilai jual, tetapi tidak selalu tersampaikan dengan baik kepada calon konsumen karena tampilan promosinya kurang kuat (Endra et al., 2024). Desain promosi yang kurang rapi dapat membuat informasi harga, nama produk, nomor pemesanan, dan keunggulan produk sulit dibaca (Wijayanti et al., 2025). Selain itu, pelaku usaha juga belum memiliki template promosi yang dapat digunakan secara berulang. Akibatnya, promosi menjadi kurang konsisten dan tidak membentuk identitas usaha yang mudah diingat oleh konsumen (Fahdillah et al., 2024).

Permasalahan tersebut perlu diatasi melalui kegiatan pelatihan yang bersifat praktis dan mudah diterapkan. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan desain promosi digital menggunakan Canva. Canva dipilih karena memiliki tampilan yang sederhana, mudah digunakan oleh pemula,

dapat diakses melalui smartphone, dan menyediakan berbagai template desain siap pakai. Melalui Canva, pelaku usaha dapat membuat poster promosi, katalog sederhana, unggahan media sosial, kartu informasi produk, dan materi promosi lain tanpa harus memiliki kemampuan desain profesional (Rusmanto et al., 2025).

Kegiatan pelatihan ini dirancang untuk membantu pelaku usaha memahami dasar-dasar desain promosi digital. Materi pelatihan meliputi pengenalan pentingnya promosi visual, pengenalan fitur Canva, pemilihan template, pengaturan warna, penggunaan foto produk, penulisan teks promosi, penyusunan informasi penting, serta cara menyimpan desain untuk dibagikan melalui media sosial. Kegiatan juga dilaksanakan melalui praktik langsung agar pelaku usaha tidak hanya memahami materi, tetapi juga mampu menghasilkan desain promosi yang dapat digunakan untuk kebutuhan usaha masing-masing (Fifaldyovan et al., 2024).

Beberapa kegiatan pengabdian sejenis menunjukkan bahwa pelatihan Canva dapat membantu meningkatkan keterampilan digital masyarakat. Kajian pertama menunjukkan bahwa pelatihan Canva bagi pelaku UMKM mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam membuat media promosi yang lebih menarik dan mudah digunakan untuk pemasaran digital (Ramadhani, 2025). Kajian kedua menjelaskan bahwa Canva efektif digunakan sebagai media pelatihan desain karena menyediakan template yang mudah dimodifikasi oleh pengguna pemula. Kajian ketiga menunjukkan bahwa pelatihan desain promosi berbasis Canva dapat meningkatkan kreativitas pelaku usaha dalam membuat konten media sosial. Kajian keempat menyatakan bahwa pendampingan penggunaan Canva membantu pelaku usaha lebih percaya diri dalam membuat desain promosi secara mandiri (Apriadi et al., 2025). Berdasarkan beberapa kajian tersebut, kegiatan pelatihan Canva memiliki relevansi kuat dengan kebutuhan mitra di Kampung Bahagia, Perlis, karena masalah utama yang dihadapi adalah rendahnya keterampilan membuat desain promosi digital.

Kajian pengabdian sejenis menunjukkan bahwa pelatihan Canva relevan untuk meningkatkan kemampuan promosi digital masyarakat. (Nasution & Ginting, 2025) pada kegiatan pelatihan desain grafis Canva untuk UMKM menemukan bahwa Canva efektif bagi pemula dan membantu peserta membuat desain yang lebih kompetitif untuk pasar digital. (Wardhanie et al., 2021) juga menunjukkan bahwa Canva dapat dimanfaatkan untuk desain grafis dan promosi produk karena penggunaannya sederhana dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. (Haris et al., 2025) dalam kegiatan pelatihan marketplace dan Canva melaporkan bahwa aspek Canva mengalami peningkatan tertinggi, yaitu 100 persen peserta mampu membuat desain promosi secara mandiri. Selain itu, (Irwiensyah & Febriandirza, 2025) kegiatan pelatihan konten promosi bagi pelaku UMKM menunjukkan bahwa Canva dapat digunakan untuk membuat konten promosi di media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Beberapa hasil tersebut memperkuat bahwa pelatihan Canva bukan hanya memberi pengetahuan, tetapi juga menghasilkan keterampilan praktis yang langsung dapat digunakan oleh pelaku usaha.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan keterampilan pelaku usaha di Kampung Bahagia, Perlis, Malaysia dalam membuat desain promosi digital melalui pelatihan Canva. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan agar pelaku usaha mampu memahami fungsi desain dalam promosi usaha, menggunakan fitur dasar Canva, menyusun informasi promosi secara jelas, dan menghasilkan desain promosi sederhana yang siap digunakan. Dengan keterampilan tersebut, pelaku usaha diharapkan tidak lagi bergantung pada promosi teks biasa, tetapi mampu membuat materi promosi yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan media sosial.

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya literasi digital pelaku usaha, khususnya dalam bidang desain promosi. Kegiatan ini juga diharapkan dapat membantu mitra memperbaiki kualitas tampilan promosi, membangun identitas usaha yang lebih jelas, dan meningkatkan kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital. Selain itu, pelatihan ini dapat menjadi langkah awal bagi masyarakat Kampung Bahagia untuk memanfaatkan teknologi informasi secara lebih produktif. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya berfokus pada penggunaan aplikasi Canva, tetapi juga pada pemberdayaan pelaku usaha agar lebih mandiri dalam memasarkan produk melalui media digital.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif dan pendampingan praktik langsung. Pendekatan ini dipilih karena sasaran kegiatan adalah pelaku usaha yang membutuhkan keterampilan praktis dalam membuat desain promosi digital. Kegiatan tidak hanya berisi penyampaian materi, tetapi juga diarahkan agar pelaku usaha dapat langsung mencoba, membuat, memperbaiki, dan menghasilkan desain promosi menggunakan Canva. Dengan metode ini, pelaku usaha tidak hanya memahami konsep promosi digital, tetapi juga mampu menerapkannya sesuai kebutuhan usaha masing-masing.

Secara teoritis, kegiatan ini berpijak pada konsep literasi digital, pemasaran digital, dan desain komunikasi visual sederhana. Literasi digital berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam menggunakan perangkat digital untuk mencari, mengolah, membuat, dan menyebarkan informasi secara tepat. Dalam konteks kegiatan ini, literasi digital diarahkan pada kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan Canva sebagai alat bantu promosi. Pemasaran digital berkaitan dengan penggunaan media berbasis internet untuk memperkenalkan produk kepada

calon konsumen. Sementara itu, desain komunikasi visual sederhana berkaitan dengan kemampuan menyusun gambar, warna, teks, dan tata letak agar pesan promosi mudah dipahami oleh konsumen. Tahapan kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa langkah berikut:

## 1. Observasi Awal dan Identifikasi Masalah

Tahap pertama adalah observasi awal terhadap kondisi mitra di Kampung Bahagia, Perlis, Malaysia. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi penggunaan media digital oleh pelaku usaha, bentuk promosi yang selama ini digunakan, dan kendala yang dihadapi dalam membuat desain promosi. Pada tahap ini, tim pengabdian juga mengidentifikasi tingkat kemampuan awal pelaku usaha dalam menggunakan smartphone, media sosial, dan aplikasi desain digital. Hasil observasi awal menjadi dasar dalam menyusun materi pelatihan. Jika pelaku usaha masih belum mengenal Canva, maka materi dimulai dari pengenalan aplikasi. Jika pelaku usaha sudah mengenal media sosial, maka materi diarahkan pada cara membuat desain promosi yang lebih menarik dan konsisten. Dengan demikian, kegiatan yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan nyata mitra.

## 2. Penyusunan Materi dan Perangkat Pelatihan

Tahap kedua adalah penyusunan materi pelatihan. Materi disusun secara sederhana agar mudah dipahami oleh pelaku usaha. Materi yang diberikan meliputi pengenalan promosi digital, manfaat desain promosi bagi usaha, prinsip dasar desain, pengenalan Canva, penggunaan template, pengaturan warna, pemilihan gambar, penulisan teks promosi, dan cara menyimpan desain. Selain materi, tim pengabdian juga menyiapkan perangkat evaluasi. Perangkat tersebut berupa lembar observasi, daftar pertanyaan awal, lembar penilaian hasil desain, dan lembar umpan balik. Alat ukur ini digunakan untuk melihat perubahan kemampuan pelaku usaha sebelum dan sesudah kegiatan.

## 3. Penyampaian Materi Pelatihan

Tahap ketiga adalah penyampaian materi kepada pelaku usaha. Materi disampaikan secara singkat, jelas, dan langsung berkaitan dengan kebutuhan promosi usaha. Penjelasan diawali dengan pentingnya promosi digital dalam memperkenalkan produk. Setelah itu, pelaku usaha diberikan pemahaman tentang unsur dasar desain promosi, seperti judul promosi, gambar produk, harga, informasi kontak, warna, dan tata letak. Pada tahap ini, pelaku usaha juga dikenalkan pada Canva sebagai aplikasi desain yang mudah digunakan. Penjelasan dilakukan dengan bahasa sederhana agar pelaku usaha tidak merasa kesulitan. Fokus utama bukan pada teori desain yang rumit, tetapi pada kemampuan membuat media promosi yang rapi, menarik, dan dapat digunakan untuk WhatsApp, Facebook, Instagram, atau media sosial lainnya.

## 4. Demonstrasi Penggunaan Canva

Tahap keempat adalah demonstrasi penggunaan Canva. Tim pengabdian memperlihatkan langkah-langkah membuat desain promosi dari awal sampai selesai. Langkah tersebut meliputi membuka aplikasi Canva, memilih ukuran desain, memilih template, mengganti teks, memasukkan foto produk, mengatur warna, menambahkan elemen, dan menyimpan hasil desain. Demonstrasi dilakukan secara bertahap agar pelaku usaha dapat mengikuti setiap langkah dengan mudah. Pada bagian ini, pelaku usaha juga diberi contoh desain promosi sederhana. Contoh tersebut digunakan sebagai acuan agar pelaku usaha memahami bentuk desain yang baik, jelas, dan tidak terlalu ramai.

## 5. Praktik Langsung Pembuatan Desain Promosi

Tahap kelima adalah praktik langsung. Pada tahap ini, pelaku usaha membuat desain promosi menggunakan Canva berdasarkan produk atau layanan masing-masing. Pelaku usaha diarahkan untuk membuat satu desain promosi yang memuat nama produk, gambar, harga atau penawaran, nomor pemesanan, dan informasi pendukung lainnya. Praktik langsung menjadi inti kegiatan karena keberhasilan pelatihan dapat dilihat dari kemampuan pelaku usaha menghasilkan desain. Tim pengabdian memberikan pendampingan selama proses praktik. Jika pelaku usaha mengalami kendala, tim membantu menjelaskan kembali langkah yang belum dipahami. Pendampingan ini penting agar pelaku usaha benar-benar mampu menggunakan Canva secara mandiri.

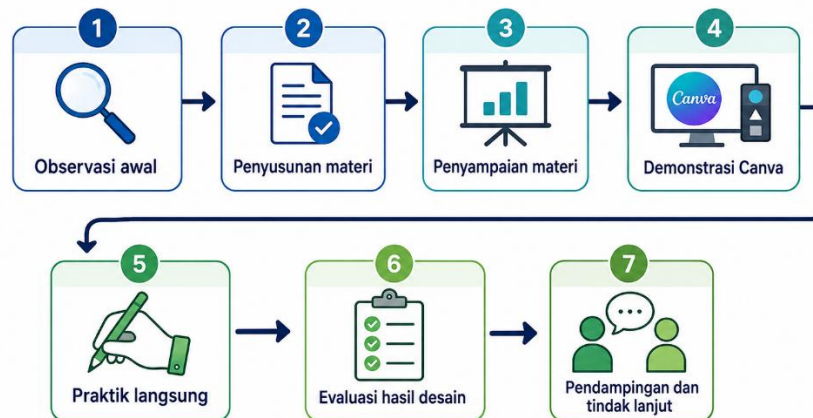
## 6. Evaluasi Hasil Desain

Tahap keenam adalah evaluasi hasil desain. Evaluasi dilakukan dengan melihat desain promosi yang telah dibuat oleh pelaku usaha. Penilaian dilakukan secara deskriptif dan kualitatif. Aspek yang dinilai meliputi kejelasan informasi, kerapian tata letak, kesesuaian warna, keterbacaan teks, penggunaan gambar, dan kelayakan desain untuk dipublikasikan di media sosial. Alat ukur yang digunakan adalah lembar penilaian sederhana dengan kategori baik, cukup, dan perlu perbaikan. Selain itu, dilakukan tanya jawab untuk mengetahui pemahaman pelaku usaha setelah mengikuti kegiatan. Umpan balik juga dikumpulkan untuk mengetahui manfaat pelatihan dan kendala yang masih dirasakan.

## 7. Pendampingan dan Tindak Lanjut

Tahap terakhir adalah pendampingan dan tindak lanjut. Pendampingan dilakukan untuk memastikan pelaku usaha dapat menggunakan Canva setelah kegiatan selesai. Pelaku usaha diarahkan untuk membuat desain promosi lanjutan secara mandiri. Tindak lanjut dapat dilakukan melalui grup komunikasi atau pertemuan singkat untuk melihat perkembangan penggunaan desain promosi digital.

Secara ringkas, tahapan pelaksanaan kegiatan dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.** Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan diukur melalui beberapa indikator. Dari sisi pengetahuan, keberhasilan dilihat dari meningkatnya pemahaman pelaku usaha tentang pentingnya desain promosi digital. Dari sisi keterampilan, keberhasilan dilihat dari kemampuan pelaku usaha membuat desain promosi menggunakan Canva. Dari sisi sikap, keberhasilan dilihat dari meningkatnya minat dan kepercayaan diri pelaku usaha dalam menggunakan teknologi digital. Dari sisi sosial budaya, keberhasilan dilihat dari mulai tumbuhnya kebiasaan baru dalam menggunakan media digital untuk promosi usaha. Dari sisi ekonomi, keberhasilan awal dilihat dari adanya media promosi yang lebih menarik dan siap digunakan untuk mendukung pemasaran produk.

Dengan metode ini, kegiatan pengabdian diharapkan dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan. Pelaku usaha tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga memiliki keterampilan nyata dalam membuat desain promosi digital. Hasil kegiatan dapat diukur melalui perubahan kemampuan, hasil karya desain, respons pelaku usaha, dan potensi pemanfaatan desain untuk mendukung kegiatan usaha.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Penjelasan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pelatihan Canva untuk Promosi Usaha di Kampung Bahagia, Perlis” dilaksanakan sebagai bentuk upaya peningkatan keterampilan digital bagi pelaku usaha. Fokus utama kegiatan ini adalah membantu pelaku usaha agar mampu membuat desain promosi digital secara mandiri, sederhana, menarik, dan mudah digunakan pada media sosial. Kegiatan ini lahir dari kebutuhan pelaku usaha yang selama ini masih minim dalam memanfaatkan desain visual sebagai bagian dari promosi usaha. Sebagian besar pelaku usaha sudah menggunakan smartphone dan media sosial untuk berkomunikasi dengan pelanggan, tetapi belum banyak yang menggunakan desain promosi digital secara teratur.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, promosi usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha di Kampung Bahagia masih bersifat sederhana. Promosi lebih banyak dilakukan melalui pesan teks, foto produk tanpa desain, atau unggahan biasa di WhatsApp dan media sosial. Bentuk promosi seperti ini memang dapat menyampaikan informasi, tetapi kurang mampu menarik perhatian calon pembeli. Informasi produk sering tidak tersusun rapi. Nama produk, harga, kontak pemesanan, dan keunggulan produk belum ditampilkan secara jelas. Hal ini membuat promosi kurang kuat dan belum memiliki identitas visual yang mudah dikenali.

Kegiatan pelatihan Canva dilaksanakan untuk menjawab masalah tersebut. Canva dipilih karena aplikasi ini mudah digunakan oleh pemula, dapat diakses melalui smartphone, dan menyediakan banyak template desain siap pakai. Pelaku usaha tidak harus memiliki kemampuan desain profesional untuk membuat media promosi. Dengan bimbingan yang tepat, pelaku usaha dapat membuat poster, katalog sederhana, unggahan media sosial, dan materi promosi lain sesuai kebutuhan usaha masing-masing. Aplikasi ini juga sesuai dengan kondisi masyarakat yang membutuhkan media promosi murah, praktis, dan mudah dipelajari.

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan observasi awal. Pada tahap ini, tim pengabdian mengamati kondisi promosi yang biasa dilakukan oleh pelaku usaha. Observasi menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki kemauan untuk mempromosikan produk secara digital, tetapi masih mengalami kendala dalam membuat desain yang menarik. Kendala tersebut meliputi belum memahami penggunaan aplikasi desain, belum mengetahui prinsip dasar tata letak, belum terbiasa memilih warna yang sesuai, serta belum mampu menyusun teks promosi yang singkat dan informatif. Kondisi ini menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan.

Tahap berikutnya adalah penyusunan materi pelatihan. Materi disusun dengan bahasa sederhana agar mudah dipahami. Materi tidak menekankan teori desain yang rumit, tetapi lebih diarahkan pada keterampilan praktis. Pokok materi meliputi pengenalan promosi digital, manfaat desain promosi bagi usaha, unsur dasar desain, penggunaan template Canva, cara mengganti teks, cara memasukkan foto produk, cara memilih warna, cara menambahkan elemen, dan cara menyimpan desain untuk dibagikan melalui media sosial. Materi disusun secara bertahap agar pelaku usaha dapat mengikuti proses dari awal sampai akhir.

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi. Pada tahap ini, pelaku usaha diberikan pemahaman bahwa promosi digital tidak hanya soal mengunggah foto produk. Promosi digital juga perlu memperhatikan pesan, tampilan, warna, tulisan, dan informasi yang jelas. Desain promosi yang baik dapat membantu calon pembeli memahami produk secara cepat. Desain juga dapat membuat produk terlihat lebih rapi, profesional, dan mudah diingat. Penjelasan ini penting karena sebagian pelaku usaha sebelumnya belum melihat desain sebagai bagian penting dari pemasaran.

Setelah penyampaian materi, dilakukan demonstrasi penggunaan Canva. Tim pengabdian menunjukkan langkah-langkah penggunaan Canva secara langsung. Demonstrasi dimulai dari cara membuka aplikasi, memilih ukuran desain, memilih template, mengganti teks, memasukkan gambar, mengatur warna, menambahkan elemen, dan menyimpan hasil desain. Demonstrasi dilakukan secara perlahan agar pelaku usaha dapat mengikuti setiap tahap. Dalam kegiatan ini, pelaku usaha juga diperlihatkan contoh desain promosi yang sederhana tetapi menarik. Contoh tersebut digunakan agar pelaku usaha memiliki gambaran tentang desain yang dapat diterapkan pada promosi usaha.

Tahap praktik langsung menjadi bagian utama dalam kegiatan ini. Pelaku usaha diminta membuat desain promosi menggunakan Canva sesuai dengan kebutuhan usaha masing-masing. Pada tahap ini, pelaku usaha mulai mencoba memilih template, mengganti tulisan, menambahkan gambar, menyusun informasi produk, dan mengatur tampilan desain. Proses praktik menunjukkan bahwa pelaku usaha lebih mudah memahami Canva ketika langsung mencoba sendiri. Beberapa pelaku usaha pada awalnya masih kesulitan mengatur ukuran teks, memilih warna, dan menempatkan gambar. Namun, setelah mendapat pendampingan, pelaku usaha mulai mampu memperbaiki desain secara mandiri.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya nilai tambah bagi pelaku usaha. Nilai tambah pertama terlihat pada aspek keterampilan digital. Pelaku usaha yang sebelumnya belum terbiasa menggunakan aplikasi desain mulai mampu mengenal dan menggunakan fitur dasar Canva. Mereka dapat memilih template, mengedit teks, memasukkan gambar, dan menyimpan desain. Keterampilan ini menjadi bekal awal bagi pelaku usaha untuk membuat promosi secara mandiri tanpa harus bergantung pada orang lain.

Nilai tambah kedua terlihat pada aspek ekonomi. Desain promosi yang lebih menarik dapat membantu pelaku usaha menampilkan produk secara lebih baik. Walaupun kegiatan ini belum langsung mengukur peningkatan penjualan dalam jangka panjang, pelatihan ini memberi dasar penting bagi pemasaran usaha. Dengan desain yang rapi dan informatif, pelaku usaha memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian calon pembeli. Selain itu, pelaku usaha juga dapat menghemat biaya karena dapat membuat desain sendiri tanpa harus menggunakan jasa desain berbayar.

Nilai tambah ketiga terlihat pada aspek sosial dan perubahan perilaku. Setelah mengikuti kegiatan, pelaku usaha mulai memiliki kesadaran bahwa media sosial dapat digunakan secara lebih produktif. Media sosial tidak hanya menjadi tempat komunikasi, tetapi juga dapat menjadi sarana promosi usaha. Pelaku usaha juga mulai memahami pentingnya konsistensi dalam membuat tampilan promosi. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan sikap positif terhadap penggunaan teknologi digital dalam kegiatan usaha.

Dalam jangka pendek, kegiatan ini memberi dampak pada meningkatnya pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam menggunakan Canva. Pelaku usaha mampu menghasilkan desain promosi sederhana yang dapat langsung digunakan. Desain tersebut dapat dibagikan melalui WhatsApp, Facebook, Instagram, atau media sosial lain. Hasil desain juga dapat dijadikan contoh awal untuk membuat desain berikutnya. Dengan demikian, kegiatan ini tidak berhenti pada penyampaian materi, tetapi menghasilkan luaran nyata berupa media promosi digital.

Dalam jangka panjang, kegiatan ini berpotensi mendorong pelaku usaha untuk lebih aktif mengembangkan promosi digital. Jika keterampilan ini terus digunakan, pelaku usaha dapat memiliki identitas visual yang lebih konsisten. Mereka dapat membuat desain untuk promosi harian, promo khusus, informasi produk baru, katalog sederhana, dan pengumuman usaha. Hal ini dapat mendukung penguatan usaha lokal di Kampung Bahagia, Perlis. Kegiatan ini juga dapat menjadi awal bagi pengembangan program lanjutan, seperti pelatihan fotografi produk, penulisan teks promosi, pengelolaan media sosial, dan pemasaran digital yang lebih luas.

Kegiatan pengabdian ini juga memberi manfaat bagi institusi pelaksana. Melalui kegiatan ini, institusi dapat menjalankan peran pengabdian kepada masyarakat secara nyata. Institusi tidak hanya hadir sebagai penyampai materi, tetapi juga sebagai pendamping masyarakat dalam menyelesaikan masalah praktis. Kegiatan ini memperkuat hubungan antara institusi dan masyarakat, khususnya dalam bidang pemanfaatan teknologi

informasi untuk pemberdayaan ekonomi. Selain itu, kegiatan ini dapat menjadi model pengabdian yang dapat diterapkan di wilayah lain dengan masalah serupa.

Secara umum, pelaksanaan kegiatan berjalan dengan baik. Pelaku usaha menunjukkan antusiasme selama kegiatan berlangsung. Hal ini terlihat dari keterlibatan dalam sesi tanya jawab, kesediaan mengikuti demonstrasi, dan kemampuan menyelesaikan praktik desain. Kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung lebih mudah diterima oleh masyarakat. Pelaku usaha tidak hanya mendengar penjelasan, tetapi langsung mencoba dan menghasilkan karya. Pola ini membuat kegiatan lebih bermakna dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran.

Dokumentasi kegiatan dapat ditampilkan dalam bentuk gambar proses pelatihan, gambar praktik penggunaan Canva, gambar hasil desain promosi, serta tabel evaluasi ketercapaian kegiatan. Dokumentasi tersebut penting untuk menunjukkan bahwa kegiatan benar-benar dilakukan dan memiliki luaran yang dapat dilihat. Contoh dokumentasi yang dapat dimasukkan dalam artikel adalah sebagai berikut:

### 3.2 Tingkat Pemahaman Tentang Kegiatan Yang Berlangsung

Tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap kegiatan diukur melalui observasi, tanya jawab, praktik langsung, dan penilaian hasil desain. Pengukuran dilakukan secara deskriptif dan kualitatif. Secara deskriptif, keberhasilan dilihat dari perubahan kemampuan pelaku usaha sebelum dan sesudah kegiatan. Secara kualitatif, keberhasilan dilihat dari respons, sikap, keaktifan, dan kemampuan pelaku usaha dalam menyelesaikan desain promosi.

Indikator keberhasilan kegiatan disusun berdasarkan tujuan pengabdian. Tujuan utama kegiatan adalah meningkatkan keterampilan desain promosi digital menggunakan Canva. Oleh karena itu, indikator keberhasilan tidak hanya dilihat dari pemahaman materi, tetapi juga dari kemampuan menghasilkan desain promosi. Indikator yang digunakan meliputi kemampuan memahami manfaat desain promosi, kemampuan mengenal fitur dasar Canva, kemampuan memilih template, kemampuan mengedit teks, kemampuan memasukkan gambar, kemampuan menyusun informasi promosi, dan kemampuan menyimpan desain untuk media sosial. Tolak ukur keberhasilan kegiatan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.** Indikator Ketercapaian

No	Indikator Keberhasilan	Kondisi Sebelum Kegiatan	Kondisi Setelah Kegiatan	Kategori Capaian
1	Pemahaman tentang promosi digital	Pelaku usaha masih memandang promosi sebagai unggahan foto atau pesan teks biasa	Pelaku usaha memahami bahwa desain visual dapat memperkuat pesan promosi	Baik
2	Pengetahuan tentang Canva	Pelaku usaha belum terbiasa menggunakan Canva	Pelaku usaha mengenal fungsi dasar Canva dan cara mengaksesnya	Baik
3	Kemampuan memilih template	Pelaku usaha belum mengetahui cara memilih template promosi	Pelaku usaha mampu memilih template sesuai kebutuhan promosi	Baik
4	Kemampuan mengedit teks	Teks promosi belum tersusun rapi	Pelaku usaha mampu mengganti, mengatur, dan menyusun teks promosi	Baik
5	Kemampuan menggunakan gambar	Foto produk belum diolah dalam desain	Pelaku usaha mampu memasukkan gambar ke dalam desain	Cukup baik
6	Kemampuan mengatur warna dan tata letak	Warna dan tata letak belum diperhatikan	Pelaku usaha mulai mampu memilih warna dan menyusun tata letak sederhana	Cukup baik
7	Hasil desain promosi	Belum memiliki desain promosi digital yang rapi	Pelaku usaha menghasilkan desain promosi sederhana	Baik
8	Kesiapan menggunakan desain	Promosi belum memiliki format visual tetap	Desain dapat digunakan untuk media sosial	Baik

Berdasarkan tabel 1 tersebut, kegiatan pengabdian menunjukkan tingkat ketercapaian yang baik. Pelaku usaha mengalami peningkatan pemahaman dari yang semula belum memahami pentingnya desain promosi menjadi lebih sadar bahwa desain visual dapat membantu memperkuat pemasaran. Perubahan pemahaman ini penting karena keberhasilan kegiatan tidak hanya diukur dari kemampuan teknis, tetapi juga dari perubahan cara pandang pelaku usaha terhadap promosi digital.

Dari sisi keterampilan, pelaku usaha mampu mengikuti langkah-langkah dasar penggunaan Canva. Pada awal kegiatan, beberapa pelaku usaha masih memerlukan arahan dalam memilih template dan mengganti teks.

Namun, setelah sesi demonstrasi dan praktik, pelaku usaha mulai dapat melakukan proses tersebut secara mandiri. Keterampilan ini menjadi bukti bahwa metode praktik langsung sesuai dengan kondisi masyarakat sasaran. Pelaku usaha lebih mudah memahami materi ketika penjelasan langsung diikuti dengan contoh dan latihan.

Tingkat pemahaman juga terlihat dari kemampuan pelaku usaha dalam menyusun informasi promosi. Sebelum kegiatan, informasi promosi sering ditulis tanpa susunan yang jelas. Setelah kegiatan, pelaku usaha mulai memahami bahwa desain promosi perlu memuat unsur penting, seperti nama produk, manfaat atau keunggulan, harga atau penawaran, kontak pemesanan, dan gambar yang mendukung. Pelaku usaha juga mulai memahami bahwa teks promosi sebaiknya tidak terlalu panjang agar mudah dibaca oleh calon pembeli.

Dari sisi sikap, kegiatan ini menunjukkan adanya perubahan positif. Pelaku usaha menjadi lebih percaya diri dalam menggunakan aplikasi digital. Pada awal kegiatan, beberapa pelaku usaha menganggap desain promosi sebagai sesuatu yang sulit. Setelah mencoba Canva, mereka menyadari bahwa desain dapat dibuat dengan cara yang sederhana. Perubahan sikap ini menjadi salah satu capaian penting karena kepercayaan diri merupakan modal awal untuk terus menggunakan teknologi secara mandiri.

Dari sisi sosial budaya, kegiatan ini mendorong tumbuhnya kebiasaan baru dalam memanfaatkan media digital. Pelaku usaha yang sebelumnya hanya menggunakan media sosial untuk komunikasi mulai melihat media sosial sebagai sarana promosi yang lebih luas. Kebiasaan membuat desain promosi dapat menjadi budaya baru dalam aktivitas usaha masyarakat. Jika dilakukan secara berkelanjutan, hal ini dapat membentuk pola promosi yang lebih terarah di lingkungan Kampung Bahagia.

Dari sisi ekonomi, manfaat kegiatan terlihat dari adanya luaran berupa desain promosi digital yang dapat digunakan langsung. Desain tersebut dapat membantu pelaku usaha memperbaiki tampilan promosi tanpa tambahan biaya besar. Pelaku usaha dapat membuat promosi kapan saja sesuai kebutuhan. Dalam jangka pendek, manfaat ekonomi belum tentu langsung terlihat dalam bentuk peningkatan pendapatan. Namun, secara tidak langsung, kegiatan ini memperkuat kemampuan dasar pemasaran yang dapat mendukung perkembangan usaha pada masa berikutnya.

Keunggulan utama luaran kegiatan ini adalah sifatnya yang praktis dan mudah diterapkan. Desain promosi yang dibuat tidak memerlukan perangkat mahal. Pelaku usaha dapat menggunakan smartphone yang sudah dimiliki. Canva juga menyediakan template yang memudahkan pemula untuk membuat desain. Keunggulan lain adalah hasil desain dapat langsung digunakan di media sosial. Dengan demikian, luaran kegiatan tidak berhenti sebagai latihan, tetapi dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan promosi nyata.

Kelemahan luaran kegiatan ini terletak pada tingkat kerapian desain yang masih berbeda-beda. Tidak semua pelaku usaha langsung mampu menghasilkan desain yang baik pada percobaan pertama. Beberapa desain masih terlalu ramai, ukuran teks belum seimbang, warna kurang sesuai, atau gambar belum ditempatkan dengan rapi. Namun, kondisi ini wajar karena pelaku usaha masih berada pada tahap awal belajar. Kelemahan tersebut dapat diperbaiki melalui latihan berulang dan pendampingan lanjutan.

Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan juga perlu diperhatikan. Kesulitan pertama berkaitan dengan perbedaan kemampuan digital pelaku usaha. Ada pelaku usaha yang sudah terbiasa menggunakan smartphone, tetapi ada juga yang masih memerlukan pendampingan dasar. Perbedaan ini membuat proses pelatihan perlu dilakukan secara perlahan. Kesulitan kedua berkaitan dengan jaringan internet. Canva membutuhkan akses internet yang cukup stabil, terutama saat memilih template dan mengunggah gambar. Jika jaringan kurang baik, proses desain dapat berjalan lebih lambat.

Kesulitan ketiga berkaitan dengan ukuran layar smartphone. Beberapa pelaku usaha menggunakan smartphone dengan layar kecil sehingga proses mengedit teks dan gambar menjadi kurang nyaman. Hal ini dapat memengaruhi kecepatan praktik. Namun, kendala tersebut masih dapat diatasi dengan pendampingan dan pemilihan template yang sederhana. Penggunaan desain yang tidak terlalu rumit menjadi pilihan tepat agar pelaku usaha tetap dapat menyelesaikan tugas dengan baik.

Peluang pengembangan kegiatan ke depan cukup besar. Pelatihan Canva dapat dikembangkan menjadi pelatihan lanjutan tentang strategi konten media sosial. Pelaku usaha tidak hanya belajar membuat desain, tetapi juga belajar menentukan jadwal unggahan, membuat kalimat promosi, menggunakan foto produk yang menarik, dan menjaga konsistensi tampilan usaha. Kegiatan juga dapat dikembangkan dalam bentuk pendampingan pembuatan katalog digital sederhana. Katalog ini dapat memuat daftar produk, harga, kontak, dan cara pemesanan.

Selain itu, kegiatan dapat diperluas ke pelatihan fotografi produk sederhana. Banyak pelaku usaha memiliki produk yang layak dipromosikan, tetapi foto yang digunakan belum maksimal. Jika pelaku usaha memahami cara mengambil foto dengan pencahayaan yang baik, latar yang rapi, dan sudut pengambilan yang tepat, maka hasil desain Canva akan menjadi lebih menarik. Dengan demikian, pelatihan desain promosi dapat dipadukan dengan pelatihan foto produk agar hasil promosi lebih kuat.

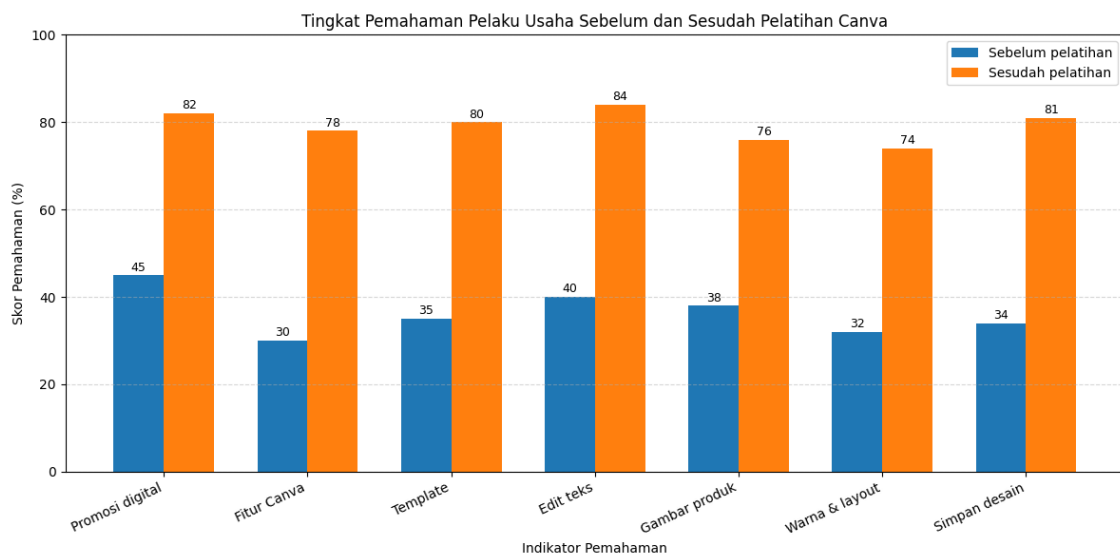
Peluang pengembangan lain adalah pembentukan kelompok belajar digital di Kampung Bahagia. Kelompok ini dapat menjadi ruang berbagi antar pelaku usaha. Pelaku usaha yang lebih cepat memahami Canva dapat

membantu pelaku usaha lain. Dengan cara ini, keberlanjutan kegiatan tidak hanya bergantung pada tim pengabdian, tetapi juga tumbuh dari masyarakat sendiri. Model ini dapat memperkuat dampak sosial kegiatan karena mendorong kerja sama dan saling belajar.

Secara keseluruhan, tingkat ketercapaian kegiatan dapat dinyatakan baik. Kegiatan telah mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam membuat desain promosi digital menggunakan Canva. Indikator keberhasilan terlihat dari kemampuan pelaku usaha mengikuti pelatihan, membuat desain promosi, memahami unsur dasar promosi visual, dan menunjukkan minat untuk menggunakan desain tersebut dalam kegiatan usaha. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan Canva sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha di Kampung Bahagia, Perlis.

Kegiatan ini juga membuktikan bahwa teknologi informasi dapat digunakan untuk memberdayakan masyarakat secara sederhana. Pengabdian tidak harus selalu berbentuk program besar, tetapi dapat dimulai dari kebutuhan praktis yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Dalam konteks Kampung Bahagia, kebutuhan tersebut adalah kemampuan membuat desain promosi digital. Dengan keterampilan ini, pelaku usaha memiliki bekal untuk memperbaiki cara promosi, meningkatkan kepercayaan diri, dan memanfaatkan media sosial secara lebih produktif.

Bagian hasil dan pembahasan ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian telah memberikan perubahan pada aspek individu dan masyarakat. Pada aspek individu, pelaku usaha memperoleh keterampilan baru dalam menggunakan Canva. Pada aspek sosial, pelaku usaha mulai memiliki kesadaran untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Pada aspek ekonomi, pelaku usaha memperoleh media promosi yang dapat digunakan untuk mendukung pemasaran. Pada aspek jangka panjang, kegiatan ini dapat menjadi dasar pengembangan promosi digital yang lebih luas dan berkelanjutan di Kampung Bahagia, Perlis.



**Gambar 2.** Tingkat Pemahaman Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Grafik tersebut menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku usaha setelah mengikuti pelatihan Canva. Peningkatan terlihat pada seluruh indikator, yaitu pemahaman tentang promosi digital, pengenalan fitur Canva, pemilihan template, pengeditan teks, penggunaan gambar produk, pengaturan warna dan tata letak, serta penyimpanan desain. Skor sebelum pelatihan berada pada rentang 30 sampai 45 persen, sedangkan skor sesudah pelatihan meningkat pada rentang 74 sampai 84 persen. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan mampu meningkatkan keterampilan dasar pelaku usaha dalam membuat desain promosi digital.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan Canva untuk promosi usaha di Kampung Bahagia, Perlis, Malaysia menunjukkan keberhasilan yang jelas dalam meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam membuat desain promosi digital. Sebelum pelatihan, tingkat pemahaman pelaku usaha pada berbagai indikator berada pada rentang 30 hingga 45 persen, termasuk pemahaman tentang promosi digital (45%), pengenalan fitur Canva (30%), pemilihan template (35%), pengeditan teks (40%), penggunaan gambar produk (38%), pengaturan warna dan tata letak (32%), serta kemampuan menyimpan desain (34%). Setelah pelatihan, tingkat pemahaman meningkat signifikan, dengan skor berada pada kisaran 74 hingga 84 persen, yaitu pemahaman tentang promosi digital (82%), fitur Canva (78%), pemilihan template (80%), pengeditan teks (84%), penggunaan gambar produk

(76%), pengaturan warna dan tata letak (74%), serta penyimpanan desain (81%). Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil mendorong pelaku usaha memahami dan menerapkan prinsip dasar desain promosi digital secara mandiri.

Kegiatan ini berhasil membuka kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya promosi visual dalam mendukung pemasaran produk dan memunculkan perubahan sikap yang positif. Pelaku usaha yang sebelumnya hanya mengunggah foto atau teks biasa kini mulai mampu menyusun desain yang rapi, jelas, dan menarik. Hasil peningkatan pemahaman ini dapat diukur melalui evaluasi hasil desain, praktik langsung, dan observasi perilaku, yang menunjukkan perbedaan signifikan antara kondisi sebelum dan sesudah pelatihan.

Di sisi lain, kegiatan ini menghadapi beberapa hambatan, termasuk kesulitan sebagian pelaku usaha dalam menyesuaikan tata letak, pemilihan warna, dan penempatan teks pada desain awal, serta keterbatasan jaringan internet yang memengaruhi kelancaran praktik. Namun, kendala ini menjadi peluang untuk pengembangan lanjutan, seperti pelatihan fotografi produk, pengelolaan konten media sosial, dan pembentukan kelompok belajar digital agar pelaku usaha dapat terus berlatih dan memperbaiki keterampilan desain.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian berhasil mencapai tujuan utama, yaitu pemberdayaan pelaku usaha melalui peningkatan literasi dan keterampilan digital. Dampak jangka pendek terlihat dari kemampuan pelaku usaha menghasilkan desain promosi sendiri dengan tingkat pemahaman mencapai 74–84%, sedangkan dampak jangka panjang berpotensi memperkuat promosi digital yang berkelanjutan, mendorong kreativitas, serta meningkatkan kesiapan ekonomi masyarakat lokal dalam menghadapi persaingan pasar digital. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik langsung, disertai pendampingan, efektif dalam memberdayakan pelaku usaha di perkampungan, sekaligus membuka peluang pengembangan program lebih luas di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, S. (2025). Peningkatan Desain Promosi UMKM melalui Pelatihan Penggunaan Canva untuk Iklan Produk. *Progresif: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 5(2), 125–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.36406/progresif.v5i2.256>
- Apriadi, D., Alfariyani, Yanto, R., Hamidani, S., & Amalia, V. (2025). PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI UNTUK PROMOSI DIGITAL MENGGUNAKAN CANVA BAGI PELAKU UMKM. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 3(3), 647–653. <https://doi.org/https://doi.org/10.59407/jpki2.v3i3.2341>
- Endra, R. Y., Redaputri, A. P., Dunan, H., Aprinisa, Syahputra, M. B., & Handayani, A. (2024). PELATIHAN DESIGN DENGAN CANVA UNTUK UMKM SEBAGAI SARANA PROMOSI PRODUK DI DESA GANJAR ASRI METRO. *JPU: Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(1), 32–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.36448/jpu.v3i1.54>
- Fahdillah, Y., Saputra, M. H., Pangestu, M. G., Sabrina, H. L., & Rahayu, N. (2024). PELATIHAN DESAIN DENGAN CANVA UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI PADA UMKM TUKU SAMBAL (FOCUS GROUP DISCUSSION). *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA*, 3(1).
- Fifaldyovan, M. I., Dewi, S. M., & Kartikasari, R. D. A. (2024). Pelatihan Canva untuk Optimalisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM. *POTENSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 81–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.61689/potensi.v1i4.15>
- Haris, Irwan, Ramadhan, N. R., Side, S., Musawira, Yanti, N. C., Fitriani, & Mutiara. (2025). Pelatihan Marketplace dan Canva Sebagai Strategi Peningkatan Akses Pasar dan Branding Produk di Desa Mallongi-longi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(2), 2443–2449. <https://doi.org/https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.797>
- Howe, S. (2024). *Social Media Statistics for Malaysia [Updated 2024]*. Meltwater. <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-malaysia>
- Irwiensyah, F., & Febriandirza, A. (2025). Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Bagi Pelaku UMKM Dengan Menggunakan Aplikasi CANVA. *AMMA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(12), 1090–1096.
- Ministry of Economy Department of Statistics Malaysia Official Portal. (2025a). *Gross Domestic Product by State*. Ministry of Economy Department of Statistics Malaysia Official Portal. <https://www.dosm.gov.my/portal-main/release-content/gross-domestic-product-gdp-by-state-2024>
- Ministry of Economy Department of Statistics Malaysia Official Portal. (2025b). *Micro, Small & Medium Enterprises (MSMEs) Performance 2024*. Ministry of Economy Department of Statistics Malaysia Official Portal. <https://www.dosm.gov.my/portal-main/release-content/micro-small--medium-enterprises-msmes-performance-2024>
- Nasution, S. D., & Ginting, G. L. (2025). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva Untuk UMKM di Era Digital 4.0. *ORAHUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 129–136. <https://doi.org/10.70404/orahua.v2i02.127>
- Ramadhani, N. A. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Peningkatan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *Journal of Community Action*, 1(2), 42–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.70716/joca.v1i2.114>
- Rusmanto, D. E., Esyono, E. S. P., & Rofi'ah, Z. (2025). Pelatihan Canva Untuk Meningkatkan Kompetensi Desain Digital Pemuda dan UMKM di Desa 3D. *DIMASTRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 46–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/dimastara.v5i1.27101>
- SME Corp Malaysia. (2025). *Profile of MSMEs in 2015-2024*. SME Corp. <https://smecorp.gov.my/index.php/en/policies/2020-02-11-08-01-24/profile-and-importance-to-the-economy>
- Wardhanie, A. P., Fahminnansih, F., & Rahmawati, E. (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/https://doi.org/10.37802/society.v2i1.170>
- Wijayanti, L., Sukwadi, R., Prasetya, W., & Azels, W. A. (2025). PELATIHAN MEMBUAT DESAIN IKLAN DIGITAL MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA BAGI UMKM BINAAN ASPPUK. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1), 117–125.

<https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i2.18245>

Yuliana, N., Kusuma, T. H., & Ratnawati, D. P. (2024). PEMBERDAYAAN SDM UMKM DALAM MENUNJANG WIRAUSAHA: PELATIHAN DESAIN KREATIF DAN PROMOSI DIGITAL. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(3), 259-266. <https://doi.org/https://doi.org/10.70248/jpmebd.v1i3.1324>