

Sosialisasi Penggunaan Desain Grafis Pada Media Canva Untuk Promosi Yang Mengembangkan Ekonomi Modern

Mohamad Djadjuli¹, Surono², Itat Tatmimah³, Fitriya Sari⁴, Fasfahi⁵
^{1,2,3,4} Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Cirebon
⁵ Universitas Muhammadiyah Cirebon
Email: itattatmimah@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received April 06, 2026

Revised Mei 07, 2026

Accepted Mei 10, 2026

Kata Kunci:

Desain Grafis Canva, Ekonomi Modern

Keywords:

Canva Graphic Design, Modern Economy



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

Copyright © 2026 by Mohamad Djadjuli, et al.
Published by Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis
Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, namun masih menghadapi kendala dalam hal promosi produk, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan desain grafis berbasis Canva sebagai media promosi yang efektif dalam mendukung ekonomi modern. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan partisipatif melalui sosialisasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM di Desa Pajajar. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat desain promosi digital seperti poster, banner dan konten media sosial. Peserta juga menunjukkan peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk. Canva terbukti menjadi alat yang mudah digunakan dan efektif dalam mendukung promosi UMKM. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah bahwa pelatihan penggunaan Canva dapat meningkatkan kualitas promosi dan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Kegiatan serupa perlu terus dilakukan untuk memperkuat literasi digital pelaku usaha kecil.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in the national economy, yet they still face challenges in product promotion, particularly in utilizing digital technology. This community service activity aims to improve the skills of MSMEs in using Canva-based graphic design as an effective promotional medium to support the modern economy. The method used was descriptive qualitative with a participatory approach through outreach and training for MSMEs in Pajajar Village. The results of the activity demonstrated an increase in participants' understanding and skills in creating digital promotional designs such as posters, banners, and social media content. Participants also demonstrated improved ability in utilizing digital platforms for product marketing. Canva proved to be an easy-to-use and effective tool in supporting MSME promotion. The conclusion of this activity was that training in Canva can improve the quality of promotions and the competitiveness of MSMEs in the digital economy era. Similar activities need to be continued to strengthen the digital literacy of small business owners

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Peran UMKM tidak hanya terbatas pada penciptaan lapangan kerja, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, serta memperkuat struktur

ekonomi nasional. Tingginya jumlah UMKM menunjukkan bahwa sektor ini memiliki potensi besar dalam mendukung kemandirian ekonomi masyarakat, termasuk di wilayah pedesaan (Bachry et al., 2025). Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM menjadi hal yang penting untuk meningkatkan daya saing di era ekonomi modern yang berbasis digital. Namun demikian, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya, salah satunya adalah keterbatasan dalam aspek promosi. Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Pajajar masih menggunakan metode promosi konvensional yang kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, rendahnya kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya dalam pembuatan desain promosi yang menarik, menjadi hambatan dalam meningkatkan daya tarik produk. Padahal, inovasi dan kreativitas dalam promosi merupakan faktor penting dalam mendorong perkembangan UMKM, khususnya dalam sektor ekonomi kreatif (Achmad et al., 2024).

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital telah menghadirkan berbagai platform yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan promosi secara lebih efektif dan efisien. Salah satu platform yang dapat digunakan adalah Canva, yaitu aplikasi desain grafis berbasis digital yang mudah digunakan dan memiliki berbagai fitur untuk membuat konten visual yang menarik. Pemanfaatan Canva memungkinkan pelaku UMKM untuk menghasilkan desain promosi seperti poster, banner, maupun konten media sosial secara mandiri tanpa memerlukan keahlian desain yang kompleks. Hal ini menjadi peluang besar dalam meningkatkan kualitas promosi produk UMKM serta memperluas jangkauan pasar secara digital. Selain aspek promosi, penguatan UMKM juga tidak terlepas dari pentingnya legalitas usaha sebagai dasar dalam menjalankan kegiatan ekonomi secara formal. Legalitas usaha memberikan perlindungan hukum, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membuka akses terhadap berbagai program pemerintah dan lembaga keuangan (Purnawan et al., 2020; Sari, 2025). Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki kesadaran penuh terhadap pentingnya legalitas usaha, sehingga perlu adanya edukasi yang berkelanjutan melalui pendekatan yang inovatif dan mudah dipahami oleh masyarakat (Tekayadi et al., 2024). Dalam konteks ekonomi modern, integrasi antara promosi digital dan legalitas usaha menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM. Pemanfaatan media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai alat untuk membangun citra usaha yang profesional dan terpercaya. Hal ini sejalan dengan upaya pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi dan penguatan aspek hukum guna meningkatkan keberlanjutan usaha (Merdekawaty et al., 2021; Sunarno & Bukhari, 2021). Selain itu, kesadaran hukum dalam menjalankan usaha juga menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis dan melindungi hak-hak pelaku usaha (Ardi, 2025).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan kegiatan sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan desain grafis berbasis Canva sebagai media promosi yang efektif. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman serta keterampilan praktis kepada pelaku UMKM dalam membuat konten promosi yang menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, sosialisasi penggunaan desain grafis pada media Canva tidak hanya meningkatkan kualitas promosi produk, tetapi juga berkontribusi dalam mengembangkan ekonomi modern berbasis digital di Desa Pajajar.

Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode partisipatif melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan secara mendalam proses peningkatan kemampuan

pelaku UMKM dalam memanfaatkan desain grafis berbasis Canva sebagai media promosi digital serta dampaknya terhadap pengembangan ekonomi modern. Lokasi kegiatan dilaksanakan di Desa Pajajar, dengan subjek kegiatan yaitu pelaku UMKM yang bergerak di berbagai bidang usaha seperti kuliner, kerajinan, perdagangan, dan jasa. Tahapan kegiatan diawali dengan analisis kebutuhan untuk mengetahui kondisi awal pelaku UMKM terkait pemanfaatan media digital, khususnya dalam aspek promosi produk. Pada tahap ini dilakukan identifikasi terhadap tingkat pemahaman pelaku UMKM mengenai desain grafis, penggunaan media sosial, serta kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk secara digital. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Tahap selanjutnya adalah perencanaan program, yaitu penyusunan materi sosialisasi yang berfokus pada pentingnya promosi digital dalam mendukung ekonomi modern, pengenalan konsep dasar desain grafis, serta pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pembuatan konten promosi. Selain itu, disusun pula modul pelatihan yang mencakup langkah-langkah praktis dalam membuat desain promosi seperti poster, banner, dan konten media sosial yang menarik dan informatif. Pada tahap pelaksanaan, kegiatan dilakukan melalui sosialisasi dan pelatihan secara langsung kepada pelaku UMKM. Kegiatan ini meliputi penyampaian materi secara interaktif, demonstrasi penggunaan Canva, serta praktik langsung pembuatan desain promosi oleh peserta. Peserta didampingi dalam membuat konten visual sesuai dengan produk yang dimiliki, sehingga hasil desain dapat langsung digunakan untuk kegiatan pemasaran. Selain itu, dilakukan diskusi dan tanya jawab untuk memperdalam pemahaman peserta terkait strategi promosi digital yang efektif. Selanjutnya, dilakukan tahap evaluasi dan pengumpulan data untuk mengetahui efektivitas kegiatan. Data diperoleh melalui observasi terhadap keterlibatan peserta selama pelatihan, wawancara untuk menggali perubahan pemahaman sebelum dan sesudah kegiatan, serta kuesioner untuk menilai tingkat kepuasan dan kemampuan peserta dalam menggunakan Canva.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan penggunaan desain grafis berbasis Canva di Desa Pajajar menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM memiliki keterbatasan dalam pemanfaatan media digital untuk promosi produk sebagai berikut :



Gambar 1 Sosialisasi dan Pelatihan Desain Grafis Canva



Gambar 2 Desain grafis pada media canva

Pada tahap awal kegiatan, peserta umumnya hanya menggunakan media promosi sederhana seperti WhatsApp dan penjualan langsung tanpa dukungan desain visual yang menarik. Hal ini menyebabkan produk yang ditawarkan kurang memiliki daya tarik visual di pasar digital. Setelah pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan, terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam memahami konsep dasar desain grafis serta penggunaan aplikasi Canva. Peserta mampu membuat berbagai media promosi seperti poster produk, banner digital, dan konten media sosial yang lebih menarik, informatif dan sesuai dengan karakteristik produk masing-masing UMKM. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam memasarkan produk melalui *platform* digital seperti *Instagram*, *Facebook* dan *WhatsApp Business*.

Hasil observasi menunjukkan bahwa sekitar sebagian besar peserta mampu mengikuti praktik pembuatan desain secara mandiri dengan bantuan modul pelatihan. Kuesioner yang diberikan setelah kegiatan juga menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, terutama pada aspek kemudahan penggunaan Canva dan relevansi materi pelatihan dengan kebutuhan usaha mereka.

Pembahasan

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi Canva memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas promosi UMKM. Canva sebagai aplikasi desain grafis yang sederhana dan berbasis template memungkinkan pelaku UMKM yang tidak memiliki latar belakang desain untuk tetap dapat menghasilkan konten promosi yang profesional. Temuan ini sejalan dengan konsep ekonomi digital yang menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dalam meningkatkan daya saing usaha kecil. Dalam konteks UMKM, kemampuan membuat desain promosi yang menarik menjadi salah satu faktor penting dalam menarik minat konsumen di era persaingan digital yang semakin ketat. Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat konsep pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi, di mana pelaku UMKM tidak hanya menjadi pengguna pasif teknologi, tetapi juga mampu mengembangkan kreativitas dalam pemasaran produk. Dengan demikian, penggunaan Canva tidak hanya berdampak pada aspek teknis promosi, tetapi juga meningkatkan literasi digital dan inovasi pelaku usaha. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan perangkat, koneksi internet, serta perbedaan tingkat kemampuan peserta dalam mengoperasikan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan agar hasil pelatihan dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Kesimpulan

Kegiatan sosialisasi penggunaan desain grafis berbasis Canva pada pelaku UMKM di Desa Pajajar dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat media promosi digital yang lebih menarik dan profesional. Canva terbukti menjadi alat yang efektif dan mudah digunakan dalam mendukung transformasi promosi UMKM menuju ekonomi modern berbasis digital. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar. Dengan adanya peningkatan ini, UMKM diharapkan dapat lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan ekonomi digital. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi dan pelatihan serupa perlu terus dikembangkan secara berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan UMKM di era ekonomi modern.

Daftar Pustaka

- Achmad, R., et al. (2024). Penguatan kapasitas UMKM melalui transformasi digital dalam meningkatkan daya saing ekonomi kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 112–120.
- Ardi, M. (2025). Kesadaran hukum dalam pengembangan usaha mikro dan kecil di era digital. *Jurnal Hukum dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 45–56.
- Bachry, M., et al. (2025). Peran UMKM dalam peningkatan ekonomi daerah berbasis digitalisasi. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Indonesia*, 9(1), 23–34.
- Darma Nasution, S., & Ginting, G. L. (2024). Pelatihan desain grafis menggunakan Canva untuk UMKM di era digital 4.0. *ORAHUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 45–52.
- Fahdillah, Y., Saputra, M. H., Pangestu, M. G., & Sabrina, H. L. (2024). Pelatihan desain dengan Canva untuk meningkatkan promosi UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA*, 3(1), 1–8.
- Karim, A. (2024). Pemanfaatan aplikasi Canva untuk meningkatkan promosi produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 279–285. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i3.1582>
- Merdekawaty, L., et al. (2021). Digitalisasi UMKM dalam meningkatkan daya saing ekonomi nasional. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 3(2), 88–97.
- Purnawan, A., et al. (2020). Legalitas usaha dan pengaruhnya terhadap keberlanjutan UMKM di Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2), 101–110.
- Sari, F. (2025). Pentingnya legalitas usaha dalam meningkatkan akses pembiayaan UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 10(1), 55–66.
- Sunarno, B., & Bukhari, H. (2021). Transformasi digital UMKM melalui pemanfaatan teknologi informasi. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 30–41.
- Tekayadi, R., et al. (2024). Edukasi digitalisasi UMKM untuk meningkatkan daya saing usaha lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 67–75.
- Yuliana, N., Kusuma, T. H., & Ratnawati, D. P. (2024). Pemberdayaan SDM UMKM melalui pelatihan desain kreatif dan promosi digital menggunakan Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 1–10.

