

Pelatihan Canva Untuk Meningkatkan Kompetensi Desain Digital Pemuda dan UMKM di Desa 3D

^{1*}**Didik Eko Rusmanto, ²Erixzen Shena Putra Eswono, ³Zahrotur Rofiah**

^{1,2,3}Sistem Informasi, Universitas Nusantara PGRI Kediri

^{1,2,3}Afiliasi/Institusi, Indonesia

E-mail: ¹ekorusmandt@gmail.com, ²erixshe@gmail.com,
³zahroturrofiah118@gmail.com

*Corresponding Author

Abstrak— Perkembangan teknologi digital menuntut pemuda dan pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran, namun keterbatasan keterampilan desain grafis masih menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya saing produk lokal. kegiatan Pengabdian Masyarakat dapat dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kompetensi desain digital pemuda dan UMKM di Desa 3D melalui pelatihan aplikasi Canva. Metode pelaksanaan meliputi analisis kebutuhan, penyusunan modul pelatihan, pelaksanaan workshop Canva, pendampingan praktik, serta evaluasi melalui latihan membuat desain dengan canva. Data dikumpulkan menggunakan observasi, wawancara, tes keterampilan, dan dokumentasi hasil karya peserta. Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat desain digital secara mandiri dengan aplikasi canva, tersedia konten promosi produk UMKM berbasis Digital, serta terbentuk ekosistem kolaborasi pemuda sebagai motor penggerak digitalisasi desa. kegiatan ini dapat mendukung transformasi digital di tingkat lokal dan mendorong peningkatan daya saing UMKM di era ekonomi kreatif.

Kata Kunci— Canva, kompetensi digital, Pemuda Desa, UMKM

Abstract— The development of digital technology requires young people and UMKM to be able to adapt in utilizing digital media as a means of promotion and marketing, however limited graphic design skills are still the main obstacle in increasing the competitiveness of local products. Community Service activities can be carried out with the aim of increasing the digital design competence of youth and UMKM in 3D Village through Canva application training. Implementation methods include needs analysis, preparation of training modules, implementation of Canva workshops, practical assistance, and evaluation through design practice with Canva. Data was collected using observation, interviews, skills tests, and documentation of participants' work. The expected output from this activity is to improve participants' skills in creating digital designs independently using the Canva application, provide promotional content for Digital-based UMKM products, and form a youth collaboration ecosystem as a driving force for village digitalization. This activity can support digital transformation at the local level and encourage increased competitiveness of UMKM in the creative economy era.

Keywords— Canva, digital competency, Village Youth, UMKM

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Salah satu bidang yang terdampak besar adalah dunia usaha, khususnya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional menghadapi tantangan besar dalam era digital, terutama dalam hal pemasaran produk. Persaingan yang semakin ketat menuntut UMKM untuk dapat melakukan promosi dengan cara yang kreatif, efektif, dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas.[1]

Sebagian besar generasi muda atau pemuda desa memiliki potensi besar sebagai agen perubahan. Mereka cenderung lebih mudah beradaptasi dengan teknologi, memiliki semangat belajar yang tinggi, dan terbuka terhadap inovasi. Namun, fakta dilapangan menunjukkan bahwa tidak semua pemuda memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan digital secara optimal. Masih banyak pemuda desa yang belum terbekali kemampuan dalam desain grafis dan digital marketing, keterampilan ini sangat bagus di era digital.

Canva adalah aplikasi desain grafis berbasis web dan mobile, ini memungkinkan siapa saja untuk membuat berbagai konten visual dengan mudah, cepat, dan menarik. Mulai dari poster, brosur, presentasi, hingga konten media sosial dapat dibuat secara profesional meskipun tanpa latar belakang keahlian desain. Dengan memanfaatkan Canva, pemuda dan pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas promosi produk maupun kegiatan mereka dengan biaya yang relatif murah dan akses yang mudah.

Desa 3D Kabupaten Gresik Jawa Timur, memiliki potensi sumber daya manusia yang cukup besar baik dari kalangan pemuda maupun pelaku UMKM. Produk -produk lokal desa memiliki daya tarik tersendiri, namun masih terkendala dalam aspek promosi yang belum maksimal. Sebagian besar UMKM masih mengandalkan metode konvensional dalam pemasaran, seperti mulut ke mulut atau media cetak sederhana. Akibat dari itu, produk desa kurang dikenal secara luas dan kalah bersaing dengan produk lain yang lebih gencar melakukan promosi digital.[2]–[4].

Melihat kondisi tersebut, kegiatan “Pelatihan Canva untuk meningkatkan kompetensi Desain Digital Pemuda dan UMKM di Desa 3D” menjadi sangat penting dan relevan. Melalui pelatihan ini, pemuda desa dapat mengembangkan keterampilan desain digital yang bermanfaat tidak hanya untuk membantu UMKM, tetapi juga sebagai bekal kompetensi dalam dunia kerja. UMKM dapat memperoleh pendampingan praktis dalam membuat media promosi digital yang lebih menarik, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk. Dengan demikian, diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan ekonomi desa, serta penguatan *branding* produk lokal di era digital.

Salah satu Universitas yang berada diwilayah Gresik Jawa Timur memiliki peran penting dalam pengembangan masyarakat sekitar, salah satu adalah melalui program pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk memberikan manfaat bagi komunitas lokal terutama pemuda desa dan pelaku UMKM. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi, kebutuhan akan keterampilan dalam mengoperasikan perangkat lunak komputer menjadi semakin mendesak. Desa 3D Gresik Jawa Timur, sebagai salah satu wilayah yang terus berkembang, memiliki potensi besar dalam pembangunan masyarakat desa/lokal. Pemuda dan UMKM sebagai salah satu kumpulan usaha-usaha kecil menengah yang aktif ditingkat Universitas.

Pengabdian masyarakat bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan aplikasi komputer, salah satunya canva kepada pemuda dan pelaku UMKM di Desa 3D Kabupaten Gresik Jawa Timur, untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi informasi. Selain itu bertujuan untuk meningkatkan *brand* tentang salah satu Universitas yang berada di wilayah Gresik Jawa Timur, di kalangan pelaku UMKM atau pemuda desa 3D bahkan dimasyarakat sekitarnya, sebagai lembaga yang peduli terhadap pengembangan masyarakat. Bagi pelaku UMKM program pengabdian masyarakat bermanfaat untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam penggunaan teknologi informasi, memperluas pemasaran, dan memberikan kontribusi positif pada perkembangan komunitas. Kemudian untuk memperluas jaringan sosial dan meningkatkan hubungan antar-pelaku UMKM melalui program-program pengabdian masyarakat serta memperluas potensi

calon mahasiswa dan kerjasama dengan pihak-pihak terkait melalui kegiatan pemberdayaan komunitas UMKM.

Pengabdian masyarakat melibatkan mahasiswa dosen, masyarakat setempat pemuda dan pelaku UMKM desa 3D dalam pelaksanaan pelatihan, memberikan panduan dan bimbingan, serta membantu dalam evaluasi dan penyusunan laporan, memberikan dukungan teknis dalam penggunaan aplikasi Canva. Harapan dari pelatihan canva adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran para peserta tentang pentingnya aplikasi canva. Sebagai hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan dapat memberikan solusi konkret terhadap persoalan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dan pemuda terkait dengan usaha UMKM dan keterampilan pemuda yang ada di Desa 3D Jawa Timur.[5]–[8].

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Desa 3D Kabupaten Gresik Jawa Timur yang di hadiri pelaku UMKM dan pemuda Desa Setempat, dengan latar belakang usaha yang berbeda. Peserta terdiri dari 30 pemuda dan UMKM yang berasal dari desa 3D Gresik Jawa Timur. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dan pelaku UMKM dalam menggunakan platform desain aplikasi Canva, Untuk menunjang strategi pemasaran produk. Peran UMKM bagi pembangunan ekonomi rakyat dan perekonomian nasional sejalan dengan cita-cita negara mewujudkan masyarakat yang adil dan sejahtera sesuai dengan prinsip-prinsip undang-undang dasar 1945 dan landasan hukum negara republik Indonesia melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi. UMKM merujuk pada usaha kecil yang dimiliki dan diawasi oleh satu orang atau kelompok kecil, dengan batasan tertentu terkait kekayaan dan gaji.

Keberadaan UMKM dalam ekonomi Indonesia menyediakan beberapa keuntungan, seperti kemampuan pemuda pemudi di Desa 3D Gresik Jawa Timur dalam memberikan lapangan kerja, menghasilkan produk dan jasa yang menarik, memastikan distribusi pendapatan nasional yang adil. Peran UMKM semakin penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, dengan UMKM saat ini berkontribusi terhadap

pendapatan ditingkat daerah maupun negara. Peran pemuda desa dalam konteks pembangunan ekonomi melibatkan pemberian akses kepada sumber daya, pendidikan dan kesempatan bagi mereka untuk melakukan kegiatan dalam pembangunan masyarakat. Pengembangan UMKM sendiri merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar UMKM, yang mengelola adalah anak-anak muda yang terampil dan paham desain pemasaran. Teknologi yang di perlukan dalam pelaku UMKM terdiri dari: Teknologi Digital, termasuk e-commerce, pemasaran digital, dan aplikasi manajemen, yang dapat memperluas pasar, meningkatkan produktivitas, dan memberikan daya saing bagi pelaku UMKM.

Peran pemuda dan fungsi dalam masyarakat, terutama dalam pembangunan dan kemajuan suatu negara:

- a. Agen Perubahan (Agent of Change) pemuda sebagai agen perubahan dalam masyarakat, mempunyai banyak ide-ide baru, inovasi, dan energi yang diperlukan untuk mendorong perubahan sosial, ekonomi, dan politik.
- b. Penggerak Pembangunan serta peran strategis suatu negara, baik dalam bidang ekonomi, sosial, politik, maupun budaya. Dengan keahlian, kreativitas, dan semangat dalam pergerakan berbagai sektor, membantu menciptakan inovasi dan kemajuan.
- c. Menjaga Nilai dan Budaya dan berfungsi sebagai pelestari nilai-nilai luhur, budaya, dan tradisi yang ada dalam masyarakat.
- d. Kader Pemimpin Masa depan dalam dunia pendidikan, pelatihan, dan pengalaman yang mereka dapatkan saat ini dan akan mempersiapkan mereka untuk menjadi pemimpin di berbagai sektor.
- e. Pelopor Inovasi dan Teknologi dalam pembangunan untuk bersaing dengan daya pikir yang kreatif dan adaptif, mampu menghadirkan solusi-solusi baru yang lebih efisien dan efektif untuk berbagai masalah di masyarakat.
- f. Pemeliharaan perdamaian dan Stabilitas di beberapa daerah, pemuda memainkan peran penting dalam menjaga perdamaian dan stabilitas sosial. Serta terlibat dalam kegiatan kemasyarakatan yang mempromosikan dialog, toleransi, dan kerjasama antar kelompok terutama UMKM di Desa 3D.

Fungsi pemuda sebagai salah satu elemen kunci dalam membangun dan memajukan masyarakat serta negara. Pemuda Desa 3D adalah sekelompok atau komunitas pemuda yang berasal dari desa 3D Jawa Timur. Pemberdayaan UMKM merujuk pada serangkaian upaya untuk meningkatkan kapasitas dan keberdayaan usaha kecil dan menengah agar dapat tumbuh, berkelanjutan, dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian.

1) Digitalisasi

Digitalisasi dalam kegiatan UMKM tindakan untuk mengadopsi teknologi digital selain dari proses pemasaran UMKM, tetapi meliputi proses bisnis dalam UMKM. Dengan teknologi yang semakin maju, mempermudah para pelaku usaha dalam menjalankan bisnis secara online, mulai dari menggunakan aplikasi manajemen keuangan, pemantauan produk secara online, pemesanan barang pasokan dan logistik via platform digital hingga mengkomersialkan dan menjual produk secara daring. Pelaku UMKM dapat mempromosikan produk melalui berbagai platform media sosial dan menyertakan rincian lokasi pada peta yang ada di media sosial, langkah tersebut mempermudah pelanggan mendatangi lokasi secara langsung. Dengan demikian, Proses digitalisasi UMKM terutama dalam aspek manajemen pemasaran berupaya mengubah sikap pelaku usaha dalam mempromosikan dan menjual produk secara digital. Digitalisasi adalah proses perpindahan media dari bentuk tercetak, audio, maupun video menjadi bentuk digital. Digitalisasi dilakukan untuk membuat arsip dokumen bentuk digital, untuk fungsi fotokopi, dan untuk membuat koleksi perpustakaan digital. Digitalisasi memerlukan peralatan seperti komputer, scanner, operator media sumber dan software pendukung.[9], [10], digitalisasi yaitu meningkatkan ketersediaan data digital yang dimungkinkan untuk kemajuan dalam menciptakan, mentransfer, menyimpan, dan menganalisis data digital, dan memiliki potensi untuk menyusun, membentuk, dan mempengaruhi dunia kontemporer.

2) Aplikasi *Canva*

Canva dikenal sebagai alat bantu dalam bidang desain yang menawarkan kemudahan dalam penggunaannya dan memperoleh popularitas yang luas di kalangan masyarakat termasuk pelaku UMKM. Tersedianya berbagai *template* desain yang praktis, fleksibel,

dan dapat diakses melalui *smartphone* maupun komputer tanpa memerlukan keahlian desain khusus untuk membuat poster, *pamphlet*, presentasi, konten media sosial dan konten instagram[11]. Bahkan *canva* menawarkan sejumlah keunggulan, seperti:

- a) Tersedia berbagai pilihan desain yang menarik.
- b) Dapat mendorong peningkatan kreativitas baik bagi dosen mahasiswa maupun pemuda desa dalam merancang desain media pembelajaran, berkat fitur-fitur yang lengkap dan mudah digunakan.
- c) Memungkinkan efisiensi waktu dalam penyusunan media pembelajaran secara praktis.
- d) Fleksibilitas dalam penggunaan, proses desain ini tidak terbatas pada perangkat laptop, melainkan juga dapat dilakukan melalui perangkat kerja

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah kombinasi antara sosialisasi, pelatihan dan pendampingan partisipatif. Kegiatan dilaksanakan melalui empat tahap, tahap utama adalah persiapan dan pemetaan UMKM, sosialisasi dan pelatihan canva, monitoring dan evaluasi hasil pelatihan, serta pelaporan dan rekomendasi lanjutan. Pada tahap awal, dilakukan identifikasi dan pemetaan sasaran berdasarkan sektor usaha, tingkat perangkat evaluasi, serta koordinasi teknis pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya sosialisasi dan pelatihan canva yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya literasi digital dan branding. Sosialisasi dilakukan untuk menyampaikan tujuan, manfaat, serta urgensi dari kegiatan pengabdian masyarakat.

Pelaku UMKM maupun pemuda desa 3D Jawa Timur ingin meningkatkan keterampilan pemasaran barang dagang, sangat penting bagi pelaku UMKM belajar membuat desain produk menggunakan aplikasi Canva. Pemanfaatan media sosial memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar terhadap calon konsumen, membina interaksi yang lebih erat dengan pelanggan, serta mendorong peningkatan volume penjualan. UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya tarik pelanggan, memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka dengan menggunakan desain produk yang menarik. Pelatihan aplikasi canva di desa 3D ini

dapat meningkatkan literasi digital[12]–[14].

Kegiatan ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Penelitian sekaligus pelaksanaan program serta memberikan pelatihan, yang melibatkan pemuda desa 3D dan kelompok UMKM secara aktif dalam setiap tahap kegiatan mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

Lokasi dan subjek penelitian Di Desa 3D Gresik Jawa Timur, sasarnya pemuda dan pelaku UMKM desa, dengan jumlah peserta pelatihan 20-30 orang, prosedur pelaksanaan agar dapat tercapai secara efektif meliputi:

- a) Observasi awal dan analisis kebutuhan dalam melakukan survei mengenai tingkat pemahaman dan keterampilan awal peserta terkait desain digital, mengidentifikasi kebutuhan promosi produk/layanan UMKM.
- b) Perencanaan Program Menyusun modul pelatihan Canva yang aplikatif, menyiapkan perangkat pendukung ada laptop, jaringan internet, proyektor dan bahan ajar.
- c) Pelaksanaan pelatihan Canva yaitu pengenalan aplikasi canva sampai membuatkan akun, memilih template, mengatur elemen desain), praktik membuat media promosi (poster, banner, brosur, katalog), Aplikasi desain sesuai kebutuhan produk atau organisasi peserta.
- d) Pendampingan dan praktik mandiri serta melakukan diskusi untuk mengevaluasi manfaat dan kendala menggunakan aplikasi canva, mendokumentasikan hasil desain peserta sebagai luaran kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

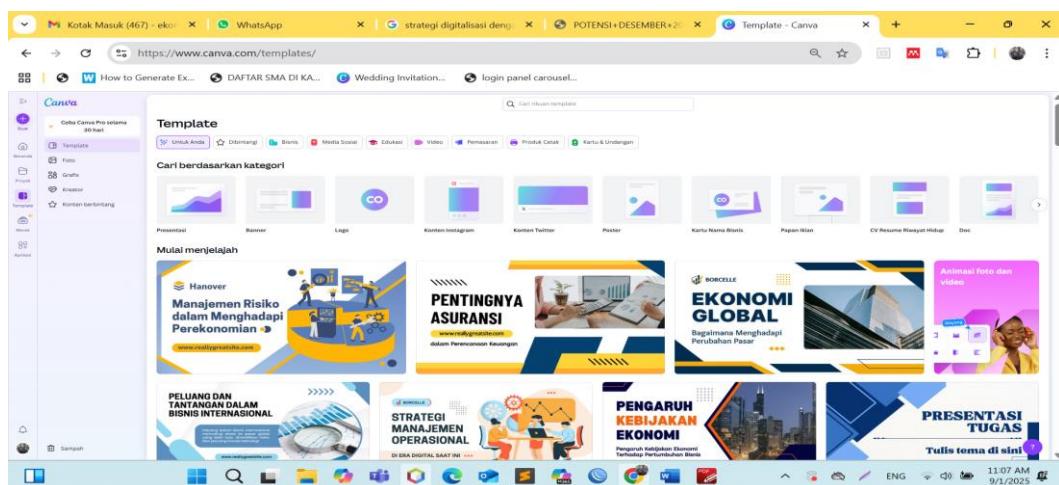
Pelatihan *canva* untuk mengoptimalkan digitalisasi UMKM dan pemuda desa 3D Gresik Jawa Timur di awali dengan pengenalan dan tujuan pelatihan, pelatihan ini berfokus pada desain dan penggunaan aplikasi canva untuk mendesain produk yang menarik dan mudah digunakan tanpa memerlukan aplikasi yang mahal. Teknik ini dapat dipelajari oleh siapa saja yang ingin memiliki pengalaman dalam sebuah desain. Selanjutnya, masuk ke sesi pertama mengenai promosi pemasaran dan komunikasi pemasaran. Pada pengabdian masyarakat dijelaskan bahwa mengenai pentingnya promosi pemasaran dan komunikasi pemasaran yang efektif, terutama dalam *packaging*

/ label produk atau promosi didalam *Instagram* atau di status *WhatsApp* bahkan yang didalam *website* penjualan. Selesai penyampaian materi dilakukan sesi tanya jawab atau sharing mengenai kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh peserta. Mayoritas jawaban peserta menunjukkan bahwa sebagian peserta masih menggunakan kalimat di status WhatsApp dan Instagram sebagai alat promosi produk.



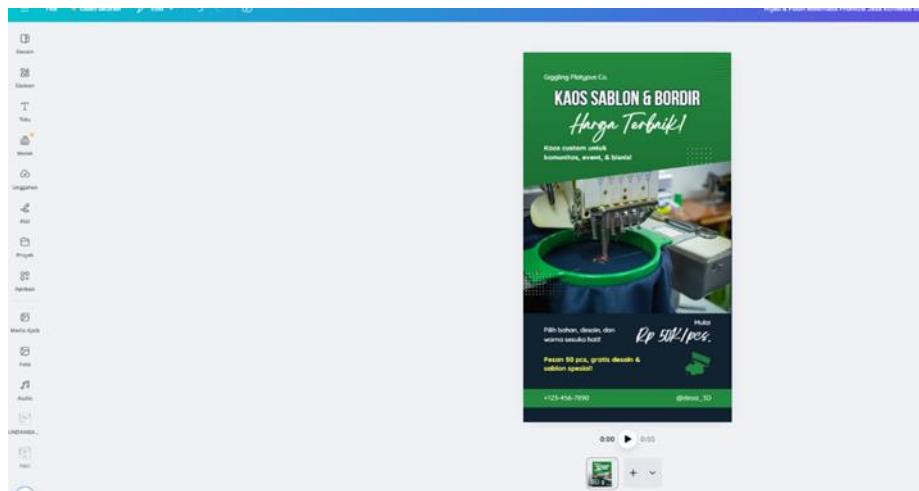
Gambar 1. Pengabdian Masyarakat Desa

Gambar diatas menunjukkan peserta dan pelaku UMKM Desa 3D Gresik Jawa Timur dalam kegiatan pelatihan aplikasi canva. Sesi kedua mengenai pengenalan tentang desain grafis dan *Canva*, termasuk cara membuat akun, memilih *template*, mengedit elemen, menyimpan dan mengunduh hasil desain. Sebagian peserta mengetahui mengenai *Canva*, tetapi mayoritas belum memiliki akun *canva* atau menggunakan, Peserta dibimbing untuk membuat akun *Canva*.



Gambar 2. Dashboard Aplikasi Canva

Pada gambar diatas yaitu tampilan awal website dan gambaran umum canva sebagai media infografis di antara pengertian secara umum dan bermanfaat bagi pemuda atau pelaku UMKM untuk membuat media periklanan, dilanjutkan dengan pembuatan akun, dan setelah pembuatan akun masuk kedalam aplikasi canva, kemudian ujicoba membuat sebuah poster atau banner iklan produk UMKM.



Gambar 3. desain Banner Produk UMKM

Berikut gambar di atas adalah tampilan desain yang dibuat dalam kegiatan pelatihan menggunakan aplikasi Canva, evaluasi hasil desain dari peserta UMKM dan pemuda desa 3D. Para peserta antusias memberikan *feedback* kepada hasil karya sesama peserta. Pada sesi ini juga dilakukan evaluasi kegiatan secara keseluruhan, yaitu kepuasan peserta terhadap materi pelatihan, kemampuan trainer, fasilitas penyelenggaraan, jadwal pelaksanaan, dan manfaat pelatihan bagi peserta. Nilai dari masing-masing indikator yang dievaluasi adalah sangat memuaskan.



Gambar 4. Peserta UMKM dan Pemuda

Gambar diatas salah satu pelaku UMKM yang ada di Desa 3D Gresik Jawa Timur yang sedang melakukan penataan atau perapihan hasil UMKM-nya. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta mampu mengadaptasi keterampilan desain secara mandiri, Sebagian besar UMKM dan pemuda desa 3D dapat:

- a. Peningkatan Literasi Digital langkah awal untuk meningkatkan literasi digital pemuda dan pelaku UMKM melalui pelatihan canva, peserta diperkenalkan pada teknologi desain online yang mudah di akses, sehingga dapat mampu membuat konten digital mandiri tanpa bergantung pada pihak ketiga.
- b. Branding produk dan identitas usaha Canva dimanfaatkan untuk membantu UMKM dalam merancang logo, kartu nama, katalog digital, dan desain kemasan produk. Hal ini memperkuat identitas merek sehingga produk lokal lebih menarik dan kompetitif di pasar global.
- c. Optimalisasi media sosial startegi digitalisasi dilanjutkan dengan optimalisasi media sosial. Peserta dilatih membuat konten promosi untuk instagram, facebook, Tiktok, dan WhatsApp Business. Kemudian disusun kalender konten agar promosi lebih konsisten dan terencana.
- d. Digitalisasi promosi dan pemasaran canva mendukung transformasi promosi konvensional menuju promosi digital. Media promosi seperti poster, banner, dan brosur dapat diubah menjadi konten digital interaktif, termasuk video singkat dan presentasi online.
- e. Efisiensi dan aksesibilitas canva berbasis cloud, desain dapat diakses kapan saja dan mana saja menggunakan perangkat HP maupun laptop, hal ini membuat proses lebih efisien tanpa memerlukan software berbiaya tinggi.
- f. Kolaborasi digital fitur di canva memungkinkan peserta bekerja bersama dalam satu proyek desain. Dengan demikian, terbentuk budaya kerja digital yang lebih efektif dan partisipatif.
- g. Monitoring dan evaluasi digital untuk memastikan strategi digitalisasi berjalan optimal, dilakukan monitoring melalui indikator jumlah konten yang diproduksi, tingkat interaksi di media sosial, dan peningkatan penjualan produk setelah promosi digital dilakukan.

Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan pengabdian masyarakat dapat memberikan dampak terhadap pola pikir (*mindset*) peserta dalam memahami pentingnya aspek visual dalam komunikasi produk. Peserta mulai menyadari pentingnya tampilan visual yang menarik bukan hanya elemen estetika, tetapi merupakan bagian integral dari strategi pemasaran modern. Visual yang kuat diyakini mampu membentuk persepsi konsumen, meningkatkan daya tarik produk, dan pada akhirnya berkontribusi pada keputusan pembelian. Hal menekankan bahwa strategi komunikasi visual memiliki korelasi positif terhadap peningkatan nilai jual produk. Dalam beberapa kasus, peserta mengaku mengalami peningkatan interaksi dengan pelanggan di media sosial setelah menggunakan desain promosi yang lebih profesional dan konsisten. Temuan pengabdian masyarakat menunjukkan adanya perubahan perilaku pemasaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, serta memperkuat pentingnya pemberdayaan UMKM melalui literasi visual sebagai bagian dari transformasi digital yang inklusif.



Gambar 5. dokumentasi pelaku UMKM dan Pemuda Desa 3D

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat telah memberikan kontribusi nyata dalam memberdayakan pelaku UMKM di Kabupaten Gresik tepatnya di desa 3D melalui peningkatan literasi digital dan penguasaan keterampilan desain menggunakan Aplikasi *Canva* sebagai media pembelajaran utama. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pendekatan praktis dan berbasis kebutuhan peserta mampu secara signifikan meningkatkan pemahaman serta kesadaran peserta terhadap pentingnya elemen visual dalam strategi pemasaran digital.

Branding visual yang efektif terbukti menjadi faktor penentu dalam membangun citra produk dan memperluas jangkauan pasar, terutama di era digital yang sangat kompetitif. Selain memberikan manfaat langsung bagi pelaku UMKM maupun pemuda Desa 3D, pengabdian masyarakat menjadi sarana pembelajaran kolaboratif yang melibatkan mahasiswa, dosen, serta mitra masyarakat dalam satu ekosistem pemberdayaan. Sinergi antarelemen ini memperkuat dimensi tridharma perguruan tinggi, khususnya dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat yang tidak hanya bersifat seremonial, tetapi berorientasi pada dampak jangka panjang dan transformasi sosial. Mahasiswa memperoleh pengalaman nyata yang bermakna, dosen mampu mentransformasikan keilmuan dalam bentuk aksi nyata dan masyarakat sebagai mitra mendapat akses terhadap peningkatan kapasitas diri yang relevan.

Kedepan, program serupa diharapkan dapat dikembangkan secara berkelanjutan dengan dukungan teknologi, kemitraan strategi, serta sistem pendampingan yang lebih tersruktur. Inovasi dalam metode pelatihan, pemanfaatan platform digital secara lebih luas, serta keterlibatan multi-stakholder menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem pemberdayaan UMKM yang lebih adaptif, inklusif, dan berdaya saing. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya menjadi agenda tahunan semata, tetapi mampu berkontribusi nyata dalam memperkuat ketahanan ekonomi lokal dan memperluas akses UMKM menuju pasar digital yang lebih luas dan dinamis.

4. KESIMPULAN

Pelatihan canva sebagai strategi digitalisasi bagi pemuda dan pelaku UMKM di desa 3D, memberikan dampak positif dalam meningkatkan kompetensi desain digital. Peserta mampu memahami dasar penggunaan Canva, membuat desain untuk kebutuhan branding, serta mengoptimalkan media sosial sebagai sarana promosi. Dengan adanya pelatihan desain dengan Canva, UMKM dan pemuda dapat menghasilkan konten digital mandiri yang menarik, efisien, dan mudah diakses, selain itu, kolaborasi digital dan monitoring hasil promosi menjadi indikator keberhasilan program.

5. SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat serupa perlu dilakukan secara berkelanjutan agar keterampilan digital peserta semakin berkembang. Dan pemerintah desa dan pihak terkait dapat mendukung sarana prasarana, terutama jaringan internet dan perangkat digital, untuk mendukung digitalisasi UMKM, Perlu adanya pendampingan lanjutan agar peserta mampu memanfaatkan canva tidak hanya untuk desain sederhana, tetapi juga untuk strategi pemasaran digital yang lebih luas, Pemuda desa dan pelaku UMKM diharapkan menjadi agen perubahan digital yang mendukung atau mendampingi UMKM dalam memasarkan produk melalui media sosial dan platform digital lainnya.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. P. M. M. (JPMM), “Akselerasi Inovasi Digital UMKM dengan Pemanfaatan Canva untuk Branding & Inovasi Berkelanjutan (SDGs 9),” vol. 1, no. 2, pp. 85–91, 2025, doi: 10.55123/samamas.
- [2] H. Chandra et al., “Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Keterampilan Masyarakat dalam Merancang Produk UMKM,” Abdimas Awang Long, vol. 7, no. 2, pp. 2776–3757, 2024.
- [3] M. I. Fifaldyovan, S. M. Dewi, and R. D. Astuti, “Pelatihan Canva untuk Optimalisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM,” Potensi, vol. 1, no. 4, pp. 81–87, 2024.
- [4] K. N. Isnaini, D. F. Sulistiyan, and Z. R. K. Putri, “Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva,” SELAPARANG J. Pengabdi. Masy. Berkemajuan, vol. 5, no. 1, p. 291, 2021, doi: 10.31764/jpmb.v5i1.6434.
- [5] P. Karang, T. Di, D. Genilangit, and K. Magetan, “Jurnal SCS ,” vol. 4, pp. 20–29, 2024.
- [6] N. Laziva and M. Q. Atieq, “Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor,” Magister Manaj. Fak. Ekon. dan Bisnis Univ. Tanjungpura, vol. 7, pp. 1050–1079, 2024.
- [7] P. Permatasari et al., “Pendampingan Pelaku Usaha UMKM Makanan dalam Meningkatkan Promosi Digital Melalui Penggunaan Canva pada Bentoday Jakarta Barat Empowering Food MSME Entr epreneurs to Improve Digital Marketing Through the Use of Canva : A Case Study at BentoDay , West Jaka,” vol. 5, 2025.
- [8] Y. Purwati and L. Perdanawanti, “Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Anggota Komunitas Ibu Profesional Banyumas Raya,” J. Pengabdi. Mitra Masy., vol. 1, no. 1, pp. 42–51, 2019.

- [9] Rafi Purwa Syahputra, Salma Nabila, K. Jannatuzzahra, and Amalia Anjani Arifyanti, "Pemanfaatan Canva Sebagai Alat Pengembangan Kreativitas Remaja Dalam Mewujudkan Generasi Muda Yang Kreatif dan Inovatif: Studi Kasus KKN di SMPN 32 Surabaya," Nusant. J. Pengabdi. Kpd. Masy., vol. 4, no. 1, pp. 51–63, 2023, doi: 10.55606/nusantara.v4i1.2291.
- [10] Saifudin, Mohammad Habibi, Juariah, and Muhammad Imam Tauhid, "Strategi Pemberdayaan Pemuda melalui Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Sidoarjo," Ekosiana J. Ekon. Syari ah, vol. 11, no. 2, pp. 115–131, 2024, doi: 10.47077/ekosiana.v11i2.514.
- [11] S. B. Z. Zettira, N. A. Febrianti, Z. A. Anggraini, M. A. W. Prasetyo, and E. Tripustikasari, "Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah," J. Abdimas Prakasa Dakara, vol. 2, no. 2, pp. 99–105, 2022, doi: 10.37640/japd.v2i2.1524.
- [12] L. D. Siregar, H. F. Mavilinda, Z. Zunaidah, and W. Farla, "Peningkatan Kompetensi Manajemen Sdm Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Umkm Songket Desa Muara Penimbung Ilir," JMM (Jurnal Masy. Mandiri), vol. 6, no. 5, pp. 4065–4071, 2022, doi: 10.31764/jmm.v6i5.10553.
- [13] S. Sukanti, "Meningkatkan Kompetensi Guru Melalui Pelaksanaan Penelitian Tindakan Kelas," J. Pendidik. Akunt. Indones., vol. 6, no. 1, pp. 1–11, 2014, doi: 10.21831/jpai.v6i1.1786.
- [14] Y. Suryana and R. R. Garvera, "Optimalisasi Pengembangan UMKM Berbasis Digitalisasi Oleh Bagian Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Kota Banjar," Wacana J. Ilmu Sos. dan Ilmu Polit. Interdisiplin, vol. 11, no. 2, pp. 687–691, 2024.