

## PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING DENGAN MENGGUNAKAN SOFTWARE CANVA GUNA PENGEMBANGAN BISNIS

Marissa Winimetha Amegia<sup>1\*</sup>, Amir Hidayatulloh<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Akuntansi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

[Marissa2000012001@webmail.uad.ac.id](mailto:Marissa2000012001@webmail.uad.ac.id)<sup>1</sup>, [amir.hidayatulloh@act.uad.ac.id](mailto:amir.hidayatulloh@act.uad.ac.id)<sup>2</sup>

---

### ABSTRAK

---

**Abstrak:** Perkembangan teknologi saat ini yang sangat pesat mengubah metode komunikasi pemasaran, yang sebelumnya bersifat tradisional/konvensional menjadi digital. Saat ini, metode pemasaran digital adalah metode yang diminati oleh konsumen. Beberapa hal yang dapat dilakukan guna meningkatkan dampak media marketing saat pemasaran yaitu dengan menggunakan media sosial dan memanfaatkan perangkat lunak “canva” agar konten yang dihasilkan lebih menarik. Hal ini yang mendorong pengabdian untuk melaksanakan pengabdian dengan tujuan untuk meningkatkan *softskill* dengan memberikan edukasi, pelatihan, dan pendampingan terkait strategi promosi *digital marketing* menggunakan perangkat lunak “canva”. Pelatihan dan pendampingan ini ditujukan untuk UPT Logam Yogyakarta. Metode pengabdian menggunakan metode pelatihan dan pendampingan untuk admin media sosial UPT Logam Yogyakarta. Pelatihan dan pendampingan ini berhasil memberikan edukasi *digital marketing* dan penggunaan perangkat lunak “canva” yang diterapkan di UPT Logam Yogyakarta untuk kegiatan promosi. Pengabdian ini meningkatkan 88% kemampuan softskill desain admin media sosial UPT Logam Yogyakarta. Pelatihan dan pendampingan ini diharapkan dapat terus dilakukan untuk meningkatkan produktivitas usaha.

**Kata Kunci:** Digital Marketing; Canva; Pelatihan, Pengembangan Bisnis.

**Abstract:** *Current very rapid technological developments are changing marketing communication methods, which were previously traditional/conventional, to digital. Currently, digital marketing methods are methods that are in demand by consumers. Several things that can be done to increase the impact of marketing media when marketing are by using social media and utilizing "Canva" software so that the resulting content is more interesting. This is what encourages service members to carry out community service with the aim of improving soft skills by providing education, training and assistance related to digital marketing promotion strategies using "canva" software. This training and mentoring is aimed at UPT Logam Yogyakarta. The service method uses training and mentoring methods for UPT Logam Yogyakarta social media admins. This training and mentoring succeeded in providing digital marketing education and the use of the "canva" software implemented at UPT Logam Yogyakarta for promotional activities. This service increases 88% of UPT Logam Yogyakarta's social media admin design soft skills. It is hoped that this training and mentoring can continue to be carried out to increase business productivity.*

**Keywords:** *Digital Marketing; Canva; Training; Business Development.*



#### Article History:

Received: 15-01-2024

Revised : 09-03-2024

Accepted: 10-03-2024

Online : 01-04-2024



*This is an open access article under the  
CC-BY-SA license*

## A. LATAR BELAKANG

Saat ini, teknologi berkembang sangat pesat termasuk pada sistem perdagangan. Keberadaan teknologi memiliki dampak yang sangat besar terhadap kehidupan manusia dalam berbagai aspek (Savitri, 2022). Salah satu perubahan yang disebabkan oleh perkembangan teknologi yaitu pada metode komunikasi pemasaran. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah berubah menjadi digital (Aditya & Rusdianto, 2023). Salah satu media pemasaran yang saat ini banyak diminat adalah pemasaran digital (*digital marketing*) (Saputra & Ardani, 2020). Transformasi dalam kebiasaan berbelanja daring dan pengguna media sosial telah terjadi sejak kemunculan internet (Effendi et al., 2022).

*Digital marketing* memberikan lima manfaat yang besar. Pertama, perusahaan berskala besar maupun kecil memiliki kemampuan untuk melaksanakan *digital marketing*. Kedua, tidak ada batasan yang jelas dalam domain periklanan jika dibandingkan dengan media cetak dan penyiaran. Ketiga, akses dan pencarian informasi jauh lebih cepat daripada mencari melalui surat. Keempat, situs *digital marketing* dapat diakses oleh siapapun, dimanapun, dan kapanpun. Kelima, berbelanja dapat dilakukan dengan lebih efisien dalam waktu yang lebih singkat (Gumilang, 2019).

Salah satu cara untuk memperkuat *digital marketing* adalah dengan menggunakan media sosial dan konten marketing (Choirina et al., 2022). Pada masa sekarang ini, strategi pemasaran dapat diimplementasikan melalui media sosial seperti Instagram (Dairoh et al., 2023). Akun Instagram kini tidak hanya untuk menyampaikan informasi pribadi, melainkan telah menjadi instrumen dalam strategi pemasaran, promosi, dan sebagai sarana akun bisnis (Rizky & Setiawati, 2020). Sebanyak 80% pengguna Instagram mengikuti minimal satu akun bisnis (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Dengan demikian, implementasi teknologi untuk pemasaran menjadi hal yang sangat penting bagi kelangsungan usaha (Alford & Page, 2015). Inilah yang mendorong pengabdian untuk melakukan pelatihan dan pendampingan terkait *digital marketing* dengan menggunakan perangkat lunak “canva”.

Pelatihan perangkat lunak “canva” untuk *digital marketing* dapat meningkatkan keterampilan peserta dalam menciptakan konten yang lebih praktis dan komunikatif. Penggunaan teknologi digital dalam dunia bisnis telah terbukti memberikan dampak yang signifikan pada kinerja keuangan (Effendi et al., 2022). Menurut penelitian (Khomariah & Primandari, 2021), dengan adanya software canva ini, pemilik usaha dapat mempunyai media sosial yang lebih menarik, sehingga berpotensi meningkatkan omset penjualan. Penelitian lain yang terkait dengan *software* canva dilakukan oleh (Darmawan et al., 2022). *Software* canva sangat bersahabat dan mudah dimengerti. Dengan *software* canva, para pemula dapat dengan mudah menciptakan desain premium yang menarik, sejajar dengan hasil desain seorang profesional. Penelitian Sholeh et al. (2020) mengungkapkan bahwa

pemanfaatan *software* canva dapat meningkatkan tingkat kreativitas dalam pembuatan konten visual. Para pelaku usaha sebenarnya tertarik untuk memanfaatkan digital marketing dan media sosial secara efektif (Purwana et al., 2017).

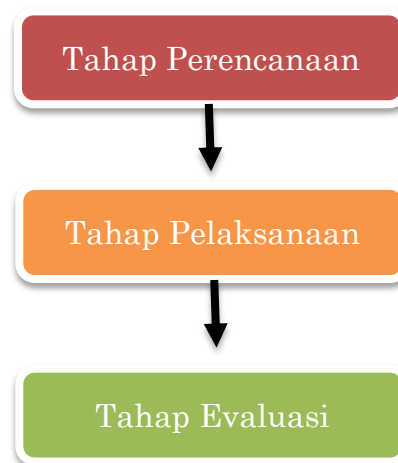
Unit Pelaksana Teknis (UPT Logam Yogyakarta yang berada di RW 11, Kelurahan Sorosutan, Kecamatan Umbulharjo, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan unit usaha yang diberdayakan Dinas Perindustrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Pemerintahan Kota Yogyakarta. UPT Logam Yogyakarta menyediakan berbagai jenis pelayanan seperti membuat cetakan logam, mengecor logam menjadi produk, memotong dan melubangi produk, serta *finishing* produk logam. Banyak orang atau pelaku usaha logam yang masih kurang mengetahui tentang layanan yang ditawarkan oleh Unit Pelaksana Teknis (UPT) Logam Yogyakarta. UPT Logam Yogyakarta berpotensi dapat berkembang dan dapat membantu meningkatkan produktivitas Industri Kecil Menengah (IKM) disekitarnya. Namun, permasalahan yang dihadapi oleh UPT Logam Yogyakarta yaitu kurangnya pengetahuan tentang digital marketing. Hal tersebut mengakibatkan penggunaan media sosial Instagram masih kurang.

Dari permasalahan yang telah dijelaskan diatas maka kegiatan pengabdian ini perlu dilakukan supaya pelaku industri mengetahui dan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi digital marketing dengan menggunakan *software* canva. Beragam desain dapat dihasilkan dengan menggunakan *software* canva, mulai dari pembuatan logo, penyusunan iklan dalam bentuk poster, promosi melalui brosur, hingga desain kemasan produk (Yuniarti et al., 2021). *Software* canva bisa menjadi pilihan untuk menciptakan konten pemasaran. Selain mudah dipahami, *software* ini juga dilengkapi dengan berbagai fitur yang dapat membantu pengguna, terutama bagi yang baru memulai, untuk mengungkapkan ide dan inovasi dalam menciptakan desain yang menarik dan berkualitas (Darmawan et al., 2022).

Mengingat pentingnya *digital marketing* dalam pengembangan usaha, maka tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan *softskill* berupa pengetahuan dan keterampilan pelaku industri UPT Logam Yogyakarta dalam menciptakan konten yang kreatif, menarik, dan informatif. Konten yang kreatif dan menarik tentu akan mempengaruhi pelanggan dalam menentukan pilihannya. Selain itu, informasi dalam konten juga harus relevan, sehingga akan memudahkan konsumen.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini melibatkan 2 pekerja media sosial UPT Logam Yogyakarta. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap mulai tanggal 15 Desember 2023 – 12 Januari 2024. Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Berdasarkan Gambar 1 diatas menunjukkan bahwa tahap awal kegiatan pengabdian adalah tahap persiapan. Pada tahap ini dilakukan observasi dan wawancara langsung ke UPT Logam Yogyakarta. Setelah itu menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh UPT Logam Yogyakarta. Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan. Tahap pelaksanaan ini dilakukan dengan memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi UPT Logam Yogyakarta. Tahap pelaksanaan ini memberikan informasi digital marketing dan pelatihan aplikasi Canva. Tahap terakhir yaitu tahap evaluasi. Tahap evaluasi digunakan untuk menilai efektifitas pelatihan dan menilai keberhasilan kegiatan pengabdian. Evaluasi dilakukan dengan sistem pemberian kuesioner kepada peserta pelatihan. Kuesioner tersebut dibagikan sebelum dan setelah dilaksanakannya pelatihan.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan kegiatan ditemukan permasalahan UPT Logam Yogyakarta yaitu pada permasalahan marketing. Pelaku usaha logam masih banyak yang belum mengetahui UPT Logam Yogyakarta. Kurangnya pengetahuan tentang digital marketing juga menjadi permasalahan UPT Logam Yogyakarta.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan memberikan solusi untuk memanfaatkan *digital marketing* dan mengikuti pelatihan desain grafis menggunakan *software* Canva untuk menghasilkan konten yang menarik, kreatif, dan informatif. Setelah solusi dari permasalahan disetujui, kemudian kegiatan pengabdian dilaksanakan. Kegiatan ini dilaksanakan untuk admin media sosial UPT Logam Yogyakarta. Kegiatan pertama yang dilakukan pada adalah dengan memberikan informasi terkait *digital marketing*. Setelah itu, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan penggunaan *software* Canva, seperti pada Gambar 2. Sebelum melakukan praktek,

peserta dikenalkan terlebih dahulu fitur-fitur yang tersedia di *software* Canva.



**Gambar 2.** Pelaksanaan Sosialisasi dan Praktik

Kegiatan praktik, peserta mencoba untuk membuat desain konten sesuai dengan contoh yang telah diberikan. Desain yang dibuat berupa desain feed Instagram dan brosur UPT Logam Yogyakarta. Pada kegiatan praktik, peserta didampingi untuk menggunakan aplikasi Canva. Apabila dalam pelaksanaan kegiatan peserta mendapat kesulitan dan pertanyaan selalu dibantu dan diberikan arahan agar peserta dapat lebih mudah mengerti dan memahami.

### 3. Tahap Evaluasi

Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh peserta sebelum dan setelah kegiatan dilaksanakan. Kuesioner sebelum pelatihan digunakan untuk mengukur pengetahuan dan keterampilan peserta terhadap digital marketing. Kuesioner setelah kegiatan digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian ini.

Berdasarkan hasil kuesioner sebelum pelaksanaan, diperoleh rata-rata nilai tentang pengetahuan dan keterampilan digital marketing yaitu 57%. Peserta mempunyai rentang nilai 50% - 70%. Hasil kuesioner setelah dilaksanakannya pelatihan digital marketing nilai rata-rata sebesar 88%. Rentang nilai yang diperoleh peserta yaitu 80% - 100%. Dari hasil tersebut, terlihat bahwa peserta mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital marketing dengan menggunakan *software* Canva.

### 2. Kendala yang Dihadapi

Kendala yang dihadapi dalam kegiatan pengabdian ini adalah peserta admin media sosial mempunyai pekerjaan lain di UPT Logam Yogyakarta, sehingga akun media sosial kurang terpegang. Selain sebagai admin media sosial, juga mempunyai pekerjaan di bidang administrasi UPT Logam Yogyakarta. Solusinya, admin media sosial UPT Logam Yogyakarta diusahakan membuat konten *digital marketing* untuk beberapa hari kedepan, sehingga sudah siap dan pemasaran yang dilakukan lebih teratur.

#### D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan *digital marketing* dengan menggunakan *software* Canva sangat membantu peserta dalam membuat desain pemasaran UPT Logam Yogyakarta. Kegiatan ini dapat meningkatkan kemampuan dan keterampilan yang kaitannya dengan digital marketing dengan menggunakan *software* Canva dengan hasil evaluasi sebesar 88%. Kesulitan dalam membuat desain yang menarik dapat diatasi dengan menggunakan fitur dan template yang beragam dari software canva. Template yang beragam dapat memudahkan dalam menemukan ide desain yang akan dibuat untuk pemasaran. Pelatihan dan pendampingan ini tidak bisa apabila hanya dilakukan dalam beberapa hari untuk mencapai hasil yang maksimal. Maka diperlukan monitoring secara berkala dan berkelanjutan. Sehingga penggunaan digitalisasi marketing terus meningkat karena diharapkan dapat meningkatkan produktivitas usaha.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksana pengabdian mengucapkan terima kasih kepada UPT Logam Yogyakarta yang telah memberikan tanggapan baik dan support atas kegiatan pengabdian ini sehingga berjalan dengan lancar. Pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Ahmad Dahlan yang mendukung pelaksanaan KKN Tematik.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Aditya, Robby & Rusdianto, R Yuniardi. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Alford, P., & Page, S. J. (2015). Marketing technology for adoption by small business. *Service Industries Journal*, 35(11–12), 655–669. <https://doi.org/10.1080/02642069.2015.1062884>
- Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, Pangestuti P. (2022). Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8–16. <https://doi.org/10.33379/icom.v2i1.1195>
- Dairoh, D., Afidah, D. I., Handayani, S. F., Pratiwi, R. W., Rachman, A., & Saputra, D. C. A. (2023). Pengenalan Dan Pemanfaatan Aplikasi Virtual Tour Sebagai Media Promosi Wisata. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(1), 12. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.11734>
- Darmawan, Adi; Laksamana, P., Saripudin, & Suharyanto. (2022). Pelatihan Online Content Marketing dan Desain Bagi Pemula Dengan Menggunakan Aplikasi Canva. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 3(1), 32–39. <https://doi.org/10.56174/jap.v3i1.477>
- Effendi, N. I., Suliska, G., Marthika, L. D., Ferdian, T., & Wineh, S. (2022). Peningkatan Penjualan Produk Umkm Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan Digital Marketing Dengan Graphic Designer Software Canva. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 643. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6574>
- Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>

- Khomariah, Nurul Esti&Primandari, Puteri Noraisya . (2021). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Pelaku Usaha Toko Ikan “Sub Aquatic” Sebagai Strategi Digital Marketing. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 795–801. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i3.1393>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rizky, N., & Setiawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Haloa Cafe sebagai Komunikasi Pemasaran Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 177–190. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.177-190>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- Savitri. (2022). Strategi Digital Marketing Untuk Menarik Konsumen. *Perilaku Konsumen*, 5, 179.
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>
- Yuniarti, P., Indriyani, F., & Marthanti, A. S. (2021). Penggunaan Aplikasi Canva dalam Pembuatan Desain Promosi Usaha pada Karang Taruna Desa Sukaharja Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 88–95. <file:///E:/S3/Semester 2/Pengembangan Media dan Sumber Belajar/Presentasi 1/Artikel/Penggunaan Aplikasi Canva dalam Pembuatan Desain Promosi Usaha pada Karang Taruna Desa Sukaharja.pdf>