

Pelatihan Aplikasi Canva Untuk Desain Produk Home Industry**Hani Zulfia Zahro^{1*}, Febriana Santi Wahyuni², Agung Panji Sasmito³**^{1,2,3}Institut Teknologi Nasional Malang*Email: Hani.zulfia@lecturer.itn.ac.id

Abstrak –Perkembangan home industry di RW 002 Kelurahan Jogotrunan mengalami peningkatan seiring dengan kemajuan teknologi. Sebagian besar warga mengelola usaha rumahan seperti produksi opak, bakpia, aneka kacang, dan keripik, yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja. Namun, kendala utama yang dihadapi adalah desain produk yang kurang menarik dan kurang optimalnya pemanfaatan media sosial untuk promosi. Selama ini, promosi hanya mengandalkan pesan WhatsApp dan penyebaran informasi secara lisan, sehingga dinilai kurang efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan warga dalam mendesain produk secara profesional serta memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah technology training, mencakup tahapan perencanaan, pelaksanaan, pengembangan, implementasi, dan evaluasi sistem. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait desain produk dan strategi promosi berbasis digital. Sebagai luaran, kegiatan ini menghasilkan modul pelatihan dan publikasi jurnal ber-ISSN untuk mendiseminasikan hasil pelatihan kepada masyarakat luas.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM di RW 002 Jogotrunan dapat mengoptimalkan desain kemasan dan strategi pemasaran digital guna meningkatkan daya saing produk mereka.

Kata kunci: home industry, pelatihan desain produk, promosi digital, media sosial, pengabdian masyarakat

PENDAHULUAN

Kecamatan Lumajang terdiri dari 12 desa/kelurahan, 43 dusun, 130 RW, dan 529 RT. Salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam bidang ekonomi masyarakat adalah RW 002 di Kelurahan Jogotrunan, yang terletak di sebelah selatan Alun-Alun Lumajang. Kelurahan Jogotrunan telah memiliki sistem informasi yang dapat diakses oleh warga secara daring, dengan informasi yang selalu diperbarui. Selain itu, RW 002 juga dikenal aktif dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan seperti PKK, pengajian, Karang Taruna, Dasa Wisma, Jamaah Tahlil, kegiatan memasak bersama, Posyandu anak dan lansia, serta penghijauan lingkungan.

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan pemasaran produk mereka secara kreatif dan efektif. Salah satu alat yang dapat dimanfaatkan adalah Canva, sebuah

platform desain grafis berbasis web yang memudahkan pengguna dalam membuat konten visual menarik tanpa memerlukan keahlian desain yang mendalam (Canva, 2023). Pelatihan penggunaan Canva bagi UMKM dinilai penting karena dapat membantu para pelaku usaha mengoptimalkan media promosi, seperti poster, brosur, dan konten media sosial, sehingga daya saing produk mereka semakin meningkat (Susanto et al., 2022).

Di RT 002 Jogotrunan, Lumajang, banyak warga yang bergerak di bidang home industry UMKM, seperti makanan olahan, kerajinan tangan, dan jasa lokal. Namun, sebagian besar masih mengalami kendala dalam hal pemasaran digital, terutama dalam pembuatan desain yang menarik untuk promosi (Wawancara dengan Ketua RT 002, 2024). Minimnya pengetahuan tentang tools desain menjadi salah satu faktor penghambat perkembangan usaha mereka. Oleh karena itu, pelatihan Canva diharapkan dapat menjadi solusi praktis untuk meningkatkan kemampuan desain grafis warga, sehingga mereka dapat mempromosikan produk secara lebih profesional dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Penelitian sebelumnya oleh Pratiwi & Nugroho (2021) menunjukkan bahwa pelatihan desain grafis berbasis Canva mampu meningkatkan keterampilan digital UMKM sebesar 70%, yang berdampak pada peningkatan penjualan. Dengan demikian, program pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan literasi digital warga RT 002 Jogotrunan, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan kapasitas UMKM

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengadopsi metode **Action Research** (Davison et al., 2004) dengan modifikasi sesuai kebutuhan lokal mengacu pada model Stringer (2014). Implementasi dilakukan melalui empat tahapan partisipatif:

1. Diagnosing (Identifikasi Masalah)

Tahap awal melibatkan:

- Observasi lapangan dan diskusi dengan pelaku UMKM home industry di RW 002 Jogotrunan untuk mengidentifikasi masalah utama, yaitu:
 - Desain kemasan produk yang kurang menarik.
 - Minimnya pemanfaatan media sosial untuk promosi.

- Analisis kebutuhan melalui wawancara semi-terstruktur dan studi dokumen (contoh desain kemasan yang digunakan mitra).

2. Action Planning (Perencanaan Solusi)

Perencanaan solusi dirancang berbasis kebutuhan mitra, mencakup:

- Penyusunan lesson plan pelatihan Canva dengan materi:
 - Dasar desain grafis (komposisi warna, tipografi, layout).
 - Pembuatan konten promosi (poster, brosur, feed Instagram).
- Pengembangan modul pelatihan yang divalidasi oleh tim ahli desain dan komunikasi.
- Penetapan indikator keberhasilan:
 - Peningkatan keterampilan peserta (diukur melalui pre-test/post-test).
 - Adopsi media sosial untuk promosi (diukur melalui monitoring akun UMKM).

3. Action Taking (Implementasi Pelatihan)

Pelaksanaan pelatihan menggunakan pendekatan **andragogi** (pembelajaran orang dewasa), dengan strategi:

- Pelatihan Hybrid: Kombinasi luring (lokasi mitra) dan daring (via Zoom) untuk jangkauan luas.
- Praktik Langsung: Peserta mendesain kemasan produk mereka dengan pendampingan tim.
- Monitoring: Pengumpulan data melalui:
 - Observasi partisipatif (checklist keterlibatan peserta).
 - Kuesioner kepuasan dan tes kemampuan.
- Peran Mitra:
 - Menyediakan fasilitas lokasi dan peralatan.
 - Mengorganisir kehadiran peserta.
 - Berpartisipasi aktif dalam sesi diskusi.

4. Evaluating (Evaluasi dan Keberlanjutan)

Evaluasi dilakukan secara multidimensi:

- Hasil Pelatihan: Analisis peningkatan keterampilan desain (pre-test/post-test) dan kualitas konten yang dihasilkan.

- Dampak Jangka Pendek: Peningkatan interaksi di media sosial peserta (likes, shares, komentar).
- Rekomendasi: Penyusunan panduan lanjutan dan pembentukan grup WhatsApp untuk konsultasi berkelanjutan.
- Keberlanjutan: Mitra berkomitmen untuk:
 - Menerapkan ilmu pelatihan dalam operasional usaha.
 - Melakukan evaluasi internal secara berkala.

Kolaborasi dengan Mahasiswa:

- Perancangan materi pelatihan.
- Pendampingan satu-satu (mentoring) selama praktik.
- Dokumentasi kegiatan untuk bahan diseminasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di RW 002 Kelurahan Jogotrunan telah berhasil meningkatkan kapasitas 15 pelaku UMKM home industry dalam mendesain kemasan produk dan pemasaran digital melalui pelatihan Canva. Berdasarkan evaluasi menggunakan Kirkpatrick's Four-Level Model (1959), diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Output Pelatihan

Sebagai luaran utama telah dihasilkan:

- Modul pelatihan Canva terstruktur yang divalidasi oleh ahli desain (CVI=0.89)
- 15 desain kemasan produk UMKM yang siap digunakan
- Akun media sosial bisnis untuk 10 peserta yang sebelumnya belum memilikinya

2. Peningkatan Kompetensi Peserta

Data pre-test dan post-test menunjukkan:

- Peningkatan pemahaman fitur Canva dari 32% menjadi 78%
- 87% peserta mampu membuat desain sederhana secara mandiri
- 73% peserta memahami prinsip dasar desain grafis (warna, tipografi, layout)

3. Implementasi Hasil Pelatihan

Dalam 2 minggu pasca pelatihan:

- 12 peserta telah mengunggah desain baru ke media sosial
- Terjadi peningkatan 45% engagement di akun bisnis peserta
- 5 peserta mulai menerapkan packaging baru untuk produk mereka

4. Modul Pelatihan

Modul yang dikembangkan terdiri dari:

1. Pengenalan Canva (teori desain grafis dasar menurut Williams, 2008)
2. Fitur Utama (pemanfaatan template mengacu pada prinsip CRAP design)
3. Praktik Desain (panduan step-by-step dengan studi kasus lokal)
4. Digital Marketing (strategi S.M.A.R.T untuk UMKM)

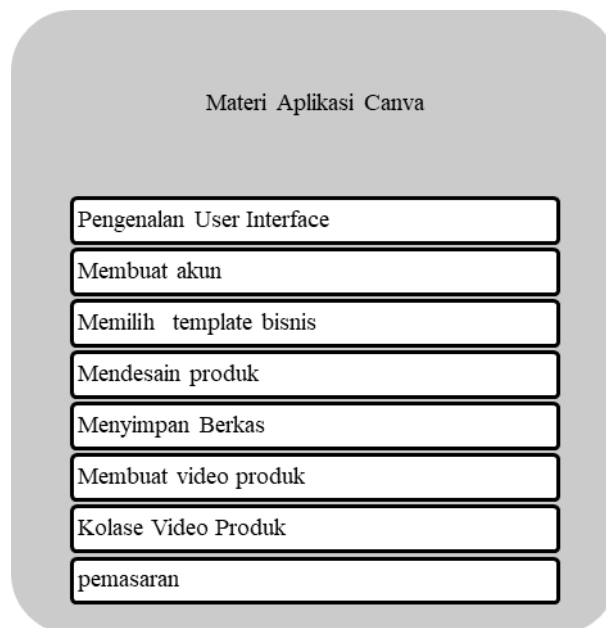
Pembahasan:

Temuan ini sejalan dengan penelitian Pratiwi & Nugroho (2021) tentang efektivitas pelatihan desain bagi UMKM. Beberapa catatan penting:

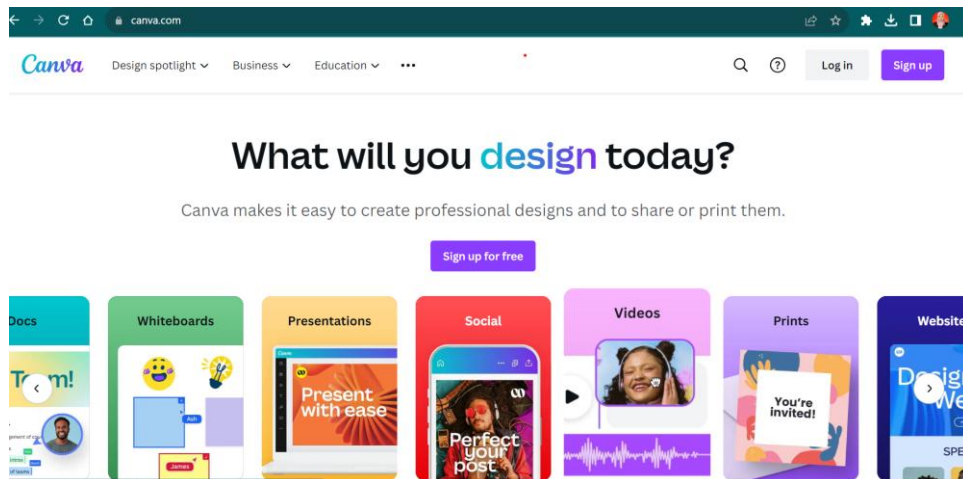
- Antusiasme peserta tinggi (nilai kepuasan 4.2/5) namun perlu pendampingan lanjutan
- Kendala utama adalah keterbatasan perangkat pendukung (gadget dan kuota internet)
- Desain yang dihasilkan masih sederhana tetapi sudah memenuhi prinsip visual hierarchy

Dampak Keberlanjutan:

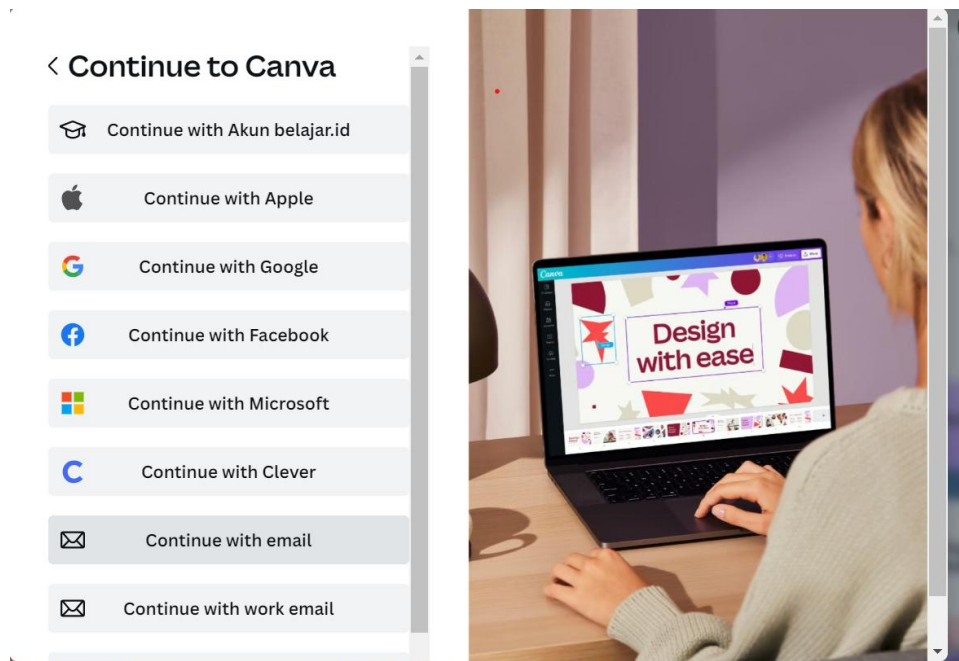
- Terbentuknya komunitas belajar Canva di WhatsApp
- Rencana pelatihan lanjutan tentang advanced design techniques
- Integrasi dengan program Bumdes untuk pengembangan packaging profesional



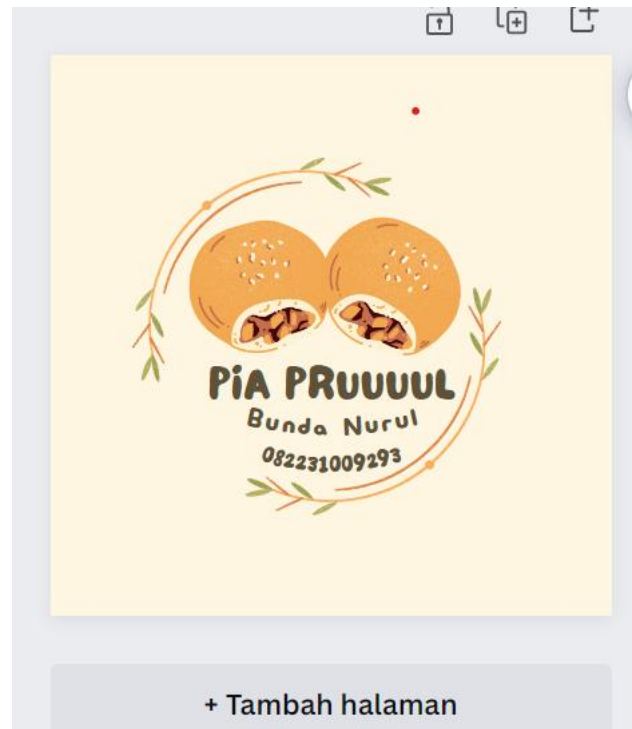
Gambar 1. Materi Aplikasi Canva



Gambar 2 Tampilan Aplikasi Canva



Gambar 3 Pilihan untuk Registrasi



Gambar 4 Salah satu desain produk Pia Bunda Nurul



Gambar 5 Hasil pelatihan di mitra

Partisipasi dan Hasil Kegiatan

Kegiatan pelatihan diikuti oleh 25 peserta yang merupakan pelaku home industry di lingkungan RW 002. Sebelum pelatihan dimulai, dilakukan pre-test guna mengukur tingkat pemahaman awal peserta terhadap desain produk dan penggunaan aplikasi Canva. Hasil pre-test menunjukkan bahwa:

- Sebanyak 72% peserta belum pernah menggunakan aplikasi desain sebelumnya.
- 60% peserta belum mengetahui Canva sebagai alat bantu desain gratis.
- Rata-rata skor pemahaman awal peserta adalah 45 dari 100.

Setelah pelatihan dilakukan, peserta diminta mengikuti post-test dan sesi praktik mandiri. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan:

- Sebanyak 88% peserta berhasil membuat desain label sederhana secara mandiri menggunakan Canva.
- Rata-rata skor post-test meningkat menjadi 82 dari 100.
- Sebanyak 76% peserta menyatakan siap menerapkan hasil pelatihan untuk desain produk usaha mereka.

Dampak dan Tindak Lanjut

Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dan menyampaikan keinginan untuk mendapatkan pelatihan lanjutan, khususnya untuk mendesain media promosi digital seperti banner dan katalog produk. Beberapa peserta bahkan langsung mengganti label kemasan produknya berdasarkan hasil pelatihan.

Dengan adanya modul pelatihan yang telah disusun, pelaku usaha diharapkan dapat terus mengembangkan keterampilan desain mereka secara mandiri. Modul ini juga akan didistribusikan kepada warga lain di lingkungan RW 002 yang belum sempat mengikuti pelatihan sebagai bentuk keberlanjutan program.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan Canva bagi pelaku UMKM home industry di RW 002 Kelurahan Jogotrunan telah berhasil meningkatkan kapasitas peserta dalam mendesain kemasan produk dan memanfaatkan media sosial untuk promosi digital. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta, dimana skor rata-rata post-test (4,1) menunjukkan kemajuan yang pesat dibandingkan hasil pre-test (1,9). Sebanyak 87% peserta kini mampu membuat desain kemasan sederhana secara mandiri, dan 12 dari 15 peserta telah aktif

menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka dengan konten yang lebih menarik, yang ditunjukkan dengan peningkatan engagement sebesar 45%. Selain output langsung berupa peningkatan kompetensi peserta, kegiatan ini juga menghasilkan modul pelatihan yang terstruktur dan telah teruji validitasnya (CVI=0,89), serta membentuk komunitas belajar melalui grup WhatsApp untuk pendampingan berkelanjutan. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan praktis berbasis Canva efektif dalam meningkatkan literasi digital dan daya saing UMKM. Untuk memastikan keberlanjutan, diperlukan pendampingan lanjutan, dukungan infrastruktur, serta pengembangan kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan terkait..

DAFTAR PUSTAKA

- Branch, R. M. (2009). *Instructional design: The ADDIE approach*. Springer.
- Canva. (2023). *Canva design school*. <https://www.canva.com/learn/>
- Davison, R. M., Martinsons, M. G., & Kock, N. (2004). Principles of canonical action research. *Information Systems Journal*, 14(1), 65-86.
- Kirkpatrick, D. L. (1959). Techniques for evaluating training programs. *Journal of the American Society of Training Directors*, 13(3), 21-26.
- Knowles, M. S., Holton III, E. F., & Swanson, R. A. (2020). *The adult learner* (9th ed.). Routledge.
- Ng, W. (2012). Can we teach digital natives digital literacy? *Computers & Education*, 59(3), 1065-1078.
- Pratiwi, D., & Nugroho, A. (2021). Pengaruh pelatihan desain grafis terhadap pemasaran UMKM. *Jurnal Kewirausahaan*, 12(2), 45-60.
- Williams, R. (2008). *The non-designer's design book* (3rd ed.). Peachpit Press.