

Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM melalui Konten Promosi Menggunakan Canva di Pekanbaru

Muchammad Zaenal Muttaqin^{1*}, Cyintia Kumalasari², Mohammad Syahminan³, Irfani Rizal⁴, Tengku Wahyudi Rasyid⁵, Anggun Nabilah⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Islam Riau

^{1*}muchzaenalmuttaqin@eng.uir.ac.id ²Cyintiakumalasari@edu.uir.ac.id ³Mohammad.syahminan@eng.uir.ac.id
⁴irfanirizal27@psy.uir.ac.id ⁵wahyudi@student.uir.ac.id ⁶anggun.nabilah@student.uir.ac.id

Diterima: Desember 2024 | Dipublikasikan: Februari 2025

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Kota Pekanbaru memiliki peran signifikan dalam mendukung perekonomian lokal. Namun, tantangan dalam keterampilan pemasaran digital dan keterbatasan anggaran seringkali menghambat perkembangan UMKM. Pelaku UMKM memiliki pemahaman yang rendah terhadap mengenai pemahaman mengenai pemasaran digital. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami konsep content marketing, dan kesulitan dalam membuat konten berkualitas. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, yang melibatkan dosen sebagai narasumber, mahasiswa sebagai fasilitator, dan praktisi Canva sebagai pendamping praktik. Kegiatan diawali dengan pretest untuk mengukur pemahaman awal peserta, dilanjutkan dengan penyampaian materi teoritis tentang pemasaran digital dan praktik langsung menggunakan Canva. Peserta diajarkan teknik pembuatan konten visual untuk keperluan promosi di platform media sosial seperti Instagram dan Facebook. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta tentang desain konten digital, yang tercermin dari perbandingan skor pretest dan posttest. Peserta juga menunjukkan peningkatan keterampilan dalam pembuatan konten visual yang menarik dan konsisten. Pelatihan ini berhasil memberikan dampak positif terhadap kemampuan peserta dalam menyusun strategi pemasaran digital secara mandiri, mengurangi ketergantungan pada desainer eksternal, dan meningkatkan daya saing produk di pasar digital. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat menjadi model yang efektif untuk diterapkan di berbagai komunitas UMKM lainnya sebagai bagian dari strategi pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi digital.

Kata Kunci : UMKM, Pemasaran Digital, Canva, Konten Promosi, Rumah BUMN.

Abstract

MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Pekanbaru City have a significant role in supporting the local economy. However, challenges in digital marketing skills and budget constraints often hinder the development of MSMEs. MSME actors have a low understanding of the understanding of digital marketing. Many MSME actors do not understand the concept of content marketing, and have difficulty in creating quality content. The method used is a participatory approach, which involves lecturers as resource persons, students as facilitators, and Canva practitioners as practice companions. The activity began with a pretest to measure participants' initial understanding, followed by the delivery of theoretical material about digital marketing and hands-on practice using Canva. Participants were taught techniques for creating visual content for promotional purposes on social media platforms such as Instagram and Facebook. The results of the evaluation showed a significant increase in participants' understanding of digital content design, which was reflected in the comparison of pretest and posttest scores. Participants also demonstrated improved skills in creating engaging and consistent visual content. This training has successfully had a positive impact on the ability of participants to develop digital marketing strategies independently, reduce dependence on external designers, and increase product competitiveness in the digital market. Thus, this training is expected to be an effective model to be applied in various other MSME communities as part of a digital technology-based economic empowerment strategy.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Canva, Promotional Content, Rumah BUMN.

Pendahuluan

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Kota Pekanbaru memiliki peran yang sangat signifikan dalam mendukung perekonomian lokal. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Pekanbaru, sektor UMKM di kota ini menyumbang sekitar 60% dari total kegiatan ekonomi, dengan lebih dari 40.000 unit usaha yang bergerak di berbagai sektor, termasuk perdagangan, jasa, makanan dan minuman, serta industri kreatif (Pekanbaru, 2022). Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM di Pekanbaru yang masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal pemasaran dan promosi. Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang menggunakan platform digital seperti media sosial, marketplace, website, dan mesin pencari untuk menjangkau konsumen. Penerapan digital marketing memberikan banyak manfaat, seperti peningkatan jangkauan pasar, efisiensi biaya promosi, dan kemampuan untuk memantau kinerja kampanye melalui data analitik.

Di Pekanbaru, meskipun beberapa UMKM telah mulai beralih ke pemasaran digital, data menunjukkan bahwa adopsinya masih belum merata. Berdasarkan laporan dari Pemerintah Kota Pekanbaru, hingga akhir tahun 2023, hanya sekitar 40% dari total 26.684 UMKM yang telah memanfaatkan platform digital dalam memasarkan produk mereka. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan signifikan dalam pemanfaatan teknologi digital, yang sebagian besar disebabkan oleh kurangnya literasi digital dan keterbatasan anggaran. Lebih lanjut, hasil survei dari Dinas Koperasi dan UKM Pekanbaru pada tahun 2023 mengungkapkan bahwa 68% pelaku UMKM merasa kesulitan untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi, sementara 52% lainnya mengaku tidak memahami cara mengoptimalkan iklan berbayar di platform seperti Instagram atau Facebook. Namun, pelatihan pemasaran digital yang diberikan oleh pemerintah kepada 1.230 pelaku UMKM pada tahun 2022 hingga 2024 diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan peluang digital.

Selain itu, studi terbaru oleh Yolanda et al. (2024) mengungkapkan bahwa penerapan digital marketing memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja pemasaran UMKM di sektor kuliner Pekanbaru. Data ini memperkuat pentingnya adopsi digital marketing sebagai strategi utama untuk meningkatkan daya saing UMKM di kota tersebut. Dengan pemanfaatan yang lebih luas dan terarah, digital marketing berpotensi menjadi katalisator bagi pertumbuhan UMKM di Pekanbaru, khususnya dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era digital ini.

Kondisi ini diperparah oleh keterbatasan akses terhadap teknologi, keterampilan digital yang minim, serta anggaran promosi yang terbatas (Riau, 2023). Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM di Pekanbaru adalah kurangnya kemampuan dalam melakukan promosi secara efektif, terutama di era digital saat ini. Promosi yang efektif memegang peran krusial dalam membantu UMKM memperluas pangsa pasar, baik lokal maupun nasional. Menurut survei dari BPS juga menunjukkan bahwa lebih dari 70% UMKM di Pekanbaru masih mengandalkan metode promosi tradisional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut dan pemasangan spanduk fisik. Metode ini dianggap kurang efisien di era digital, di mana mayoritas konsumen mulai beralih ke platform digital, seperti media sosial, dalam mencari produk dan jasa yang mereka butuhkan (Silalahi, 2022).

Dalam konteks ini, pelatihan yang memberikan keterampilan promosi digital, seperti yang difasilitasi melalui penggunaan Canva, menjadi sangat urgen dan relevan bagi UMKM di Pekanbaru. Canva, sebagai platform desain grafis yang mudah digunakan, memungkinkan pelaku usaha untuk menciptakan konten visual yang menarik tanpa harus memiliki latar belakang di bidang desain grafis (Wijayanti et al., 2022). Dengan Canva, UMKM dapat membuat berbagai materi promosi seperti poster, katalog, konten media sosial, hingga logo bisnis mereka dengan mudah dan cepat. Keberadaan alat ini sangat membantu dalam memecahkan salah satu masalah utama UMKM, yakni keterbatasan dana untuk mempekerjakan desainer profesional atau menggunakan jasa pemasaran digital (Handoko et al., 2019b). Urgensi pelatihan promosi digital bagi UMKM di Pekanbaru juga didukung oleh tren peningkatan penggunaan media sosial di kalangan konsumen lokal. Menurut laporan dari We Are Social tahun 2023 memberikan informasi bahwa penggunaan media sosial di Pekanbaru tumbuh pesat dengan lebih dari 80% populasi aktif di platform seperti Instagram dan Facebook (Social, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM yang tidak mampu memanfaatkan platform digital berpotensi tertinggal dalam menjangkau target pasar mereka. Canva menyediakan solusi praktis bagi UMKM untuk menciptakan konten yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan media sosial tersebut, membantu mereka bersaing secara efektif di pasar digital (Kartika et al., 2021). Pentingnya keterampilan promosi digital dalam mendorong pertumbuhan UMKM juga didukung oleh berbagai kajian yang menunjukkan bahwa usaha kecil yang mampu mengadopsi teknologi digital, termasuk alat desain grafis seperti Canva, memiliki peluang lebih besar untuk berkembang. Penelitian oleh Kementerian Koperasi dan UKM menemukan bahwa UMKM yang terlibat dalam digitalisasi mengalami peningkatan pendapatan dibandingkan dengan mereka yang masih menggunakan metode promosi konvensional (UKM,

2021). Ini menunjukkan bahwa investasi dalam pelatihan promosi digital bukan hanya strategi bertahan hidup, tetapi juga langkah penting untuk mengakselerasi pertumbuhan usaha.

Dengan demikian, pelatihan Canva bagi UMKM di Pekanbaru memiliki urgensi yang tinggi karena berfungsi sebagai katalisator dalam mempercepat digitalisasi promosi dan pemasaran usaha kecil. Di tengah tantangan dan dinamika ekonomi yang terus berkembang, kemampuan untuk membuat dan mengelola konten promosi secara mandiri adalah salah satu kunci keberhasilan UMKM dalam mempertahankan daya saing mereka. Melalui pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM Pekanbaru dapat meningkatkan visibilitas mereka di dunia digital, memperluas jaringan pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka di masa depan.

Desain grafis dalam ruang lingkup UMKM merupakan proses komunikasi visual antara pelaku usaha dan calon konsumen untuk menyampaikan informasi yang efektif mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Visualisasi ini melibatkan elemen seperti gambar, kata, warna, bentuk, dan tipografi yang bertujuan untuk menarik perhatian serta membangun citra positif bagi produk atau layanan yang dipromosikan (Nurhayaty et al., 2022). Penggunaan desain grafis yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk, kredibilitas merek, dan memberikan kesan profesional kepada calon konsumen. Oleh karena itu, kemampuan dalam menciptakan materi visual yang menarik menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan strategi pemasaran UMKM di era digital. Dalam konteks ini, penggunaan aplikasi desain grafis seperti **Canva** menjadi solusi yang praktis dan efisien. Canva adalah platform desain yang memungkinkan pengguna untuk membuat berbagai jenis konten visual, seperti poster, katalog, kartu nama, brosur, dan konten media sosial dengan cepat dan mudah, meskipun tanpa latar belakang di bidang desain grafis (Handoko et al., 2019a). Selain itu, Canva menawarkan berbagai template yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, membantu pelaku UMKM untuk menghasilkan desain yang lebih profesional dan menarik dalam waktu singkat (Putri et al., 2021).

Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang aktif menggunakan desain grafis dalam strategi pemasarannya memiliki daya tarik yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang tidak melakukannya (Putri et al., 2021). Konten visual yang konsisten dan menarik dapat membangun kesadaran merek, meningkatkan keterlibatan pelanggan di media sosial, dan akhirnya mendorong peningkatan penjualan produk (Setiawan et al., 2020). Oleh karena itu, pelatihan keterampilan desain grafis menggunakan Canva memiliki relevansi yang tinggi dalam membantu UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan tren pemasaran digital.

Selain itu, pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dalam menggunakan Canva, tetapi juga untuk mendorong kreativitas dalam merancang materi promosi yang lebih beragam dan menarik. Kreativitas ini sangat penting untuk menciptakan diferensiasi di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan adanya pelatihan yang terstruktur dan berfokus pada praktik langsung, pelaku UMKM diharapkan dapat secara mandiri merancang konten promosi yang efektif dan sesuai dengan karakteristik produk mereka (Susanti et al., 2020). Dengan demikian, pelatihan desain grafis menggunakan Canva untuk UMKM bukan hanya sekadar meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga menjadi investasi jangka panjang dalam membangun citra merek, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan usaha di era digital yang kompetitif.

Metode Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini mengadopsi pendekatan pelatihan partisipatif yang dirancang untuk melibatkan para pelaku UMKM secara aktif dalam proses pembelajaran dan praktik. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam keterampilan pemasaran digital, khususnya dalam menghasilkan konten promosi yang menarik menggunakan platform desain grafis Canva. Pendekatan partisipatif ini dianggap efektif karena memungkinkan peserta untuk langsung menerapkan materi yang diperoleh dalam konteks usaha mereka, sehingga lebih relevan dan aplikatif (Susanti et al., 2020).

Pelatihan ini dilaksanakan pada 13 Agustus 2024 dan bertempat di Rumah BUMN Kota Pekanbaru, dengan peserta yang merupakan pelaku UMKM yang tergabung dalam kelompok UMKM Rumah BUMN Pekanbaru. Kegiatan ini melibatkan berbagai pihak, di antaranya dosen sebagai narasumber utama yang bertanggung jawab memberikan teori terkait pemasaran digital dan penggunaan Canva, mahasiswa yang berperan sebagai fasilitator untuk membantu kelancaran pelatihan, serta pendamping pelatihan yang merupakan praktisi Canva dengan pengalaman langsung dalam mengaplikasikan desain grafis untuk promosi produk UMKM. Sebelum pelaksanaan, dilakukan identifikasi peserta melalui survei awal untuk menggali potensi, minat, dan tingkat pemahaman mereka mengenai penggunaan aplikasi Canva dan strategi pemasaran digital. Tahap ini dilanjutkan dengan pretest yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta terkait penggunaan Canva sebagai alat bantu desain konten promosi. Pretest ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana peserta sudah familiar dengan fitur-fitur

dasar Canva, serta kemampuan mereka dalam mengaplikasikan desain grafis untuk keperluan promosi digital. Hasil dari pretest ini akan menjadi acuan bagi instruktur untuk menyesuaikan materi pelatihan, memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan pemahaman yang sesuai dengan tingkat keterampilan mereka. Dengan adanya pretest, pelatihan dapat berjalan lebih efektif, karena instruktur dapat fokus pada area yang membutuhkan perhatian lebih, seperti pengenalan template, penggunaan elemen desain, atau cara mengoptimalkan ukuran konten untuk berbagai platform digital. Selain itu, pretest juga memberikan gambaran yang jelas mengenai kebutuhan peserta, apakah mereka lebih membutuhkan pelatihan dasar atau sudah siap untuk teknik desain yang lebih advanced, seperti membuat konten yang dapat menarik perhatian konsumen di media sosial dan platform e-commerce.

Persiapan acara dilakukan dengan membagi peran masing-masing pihak yang terlibat dalam kegiatan. Penyusunan materi pelatihan disusun secara sistematis dengan menitikberatkan pada dasar-dasar pemasaran digital, teknik promosi melalui media sosial, dan penggunaan Canva sebagai alat bantu desain konten visual (Kumalasari et al., 2024). Fasilitas pendukung seperti ruang kelas, perangkat komputer, dan akses internet disiapkan untuk memastikan kelancaran pelatihan. Pada tahap pelaksanaan, peserta menerima materi teori yang mencakup konsep dasar pemasaran digital, pentingnya promosi digital bagi UMKM, dan pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Google sebagai sarana promosi yang efektif. Setelah sesi teori selesai, peserta diarahkan untuk mengikuti praktik langsung menggunakan Canva. Pada sesi praktik ini, peserta diberikan panduan langkah demi langkah dalam membuat desain visual yang menarik sesuai kebutuhan bisnis mereka. Selain itu, peserta juga didorong untuk menyusun strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan konten yang mereka hasilkan selama pelatihan.

Tahap akhir kegiatan melibatkan evaluasi yang dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan. Evaluasi ini dilakukan dengan membandingkan hasil pretest dan posttest yang diisi oleh peserta. Perbedaan hasil kedua tes ini dianalisis menggunakan metode statistik untuk melihat peningkatan pemahaman peserta terkait penggunaan Canva sebagai alat bantu dalam pemasaran digital. Observasi langsung selama kegiatan juga dilakukan untuk menilai tingkat partisipasi peserta dan keterampilan yang mereka tunjukkan dalam membuat konten promosi yang menarik. Analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif melibatkan deskripsi hasil observasi dan dokumentasi yang diperoleh selama kegiatan berlangsung, sedangkan pendekatan kuantitatif dilakukan dengan mengolah hasil pretest dan posttest menggunakan analisis statistik (Sugiyono, 2018).

Melalui kombinasi pendekatan tersebut, hasil pelatihan dapat dievaluasi secara lebih komprehensif, mencakup efektivitas penyampaian materi, peningkatan keterampilan peserta, serta dampak yang dihasilkan pada strategi pemasaran UMKM. Dengan metode ini, diharapkan pelatihan yang dilaksanakan di Rumah BUMN Pekanbaru pada 13 Agustus 2024 dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan digital marketing pelaku UMKM, serta membekali mereka dengan kemampuan untuk memanfaatkan teknologi desain grafis secara mandiri dan berkelanjutan.

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian terkait dengan konten promosi UMKM melalui aplikasi Canva dilakukan secara offline di Rumah BUMN Kota Pekanbaru pada tanggal 23 Agustus 2024. Pelaksanaan pelatihan ini membuat pemahaman peserta yang merupakan pelaku UMKM yang berdomisili di kota Pekanbaru menjadi semakin meningkat. Adapun waktu pelatihan berlangsung selama 4 jam, dimulai dari pukul 13.30 WIB hingga 17.30 WIB. Adapun materi pelatihan adalah teori dan praktik mengenai penggunaan Canva untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mendesain konten usahanya untuk meningkatkan pendapatannya. Adapun peserta tidak perlu membawa laptop karena aplikasi Canva memiliki versimobile dan peserta yang merupakan UMKM lebih banyak untuk menggunakan mobile phone dibanding laptop. Pada sesi pertama, peserta dibimbing oleh pembicara utama yang menjelaskan materi sambil dipantau dan dibimbing oleh pendamping pembicara yang telah disediakan oleh panitia. Sebelum acara dimulai, peserta diberikan tes awal untuk mengukur tingkat pemahaman awal mereka tentang penggunaan aplikasi Canva, serta untuk menilai harapan dan kepentingan mereka terhadap pelatihan ini. Di akhir acara, peserta kembali diuji dengan tes akhir untuk mengevaluasi pemahaman mereka setelah mengikuti pelatihan. Secara detail, acara pelatihan ini dimulai dari penjelasan teori Canva untuk peserta. Gambar 1 menunjukkan dokumentasi ketika acara peserta diberikan penjelasan mengenai Canva, kegunaan dan teori dasar dalam pengembangan konten promosi untuk UMKM.



Gambar 1 & 2. Penjelasan teori Canva untuk peserta dan Praktek pelatihan Canva

Pelatihan ini menggunakan metode pemaparan teori dan praktik yang dikombinasikan dengan sesi tanya jawab. Hal ini memungkinkan para peserta untuk memahami materi dengan lebih baik dan langsung mempraktikkannya. Selanjutnya, dilakukan praktek pembuatan konten promosi dengan menggunakan media smartphone dan pendamping pelatihan. Adapun pendamping pelatihan merupakan seorang praktisi Canva yang sudah berpengalaman dalam pembuatan konten UMKM di Pekanbaru. Pendamping juga merupakan pemilik UMKM yang tergabung dalam Rumah BUMN Pekanbaru, sehingga para peserta lebih nyaman saat sesi praktek pelatihan Canva. Gambar 2 menunjukkan antusiasme peserta saat melakukan praktek penggunaan Canva untuk konten promosi UMKM.

Sebelumnya dijelaskan bahwasanya pelatihan Canva dilakukan dalam rangka UMKM mampu untuk menghadapi tantangan dalam menghasilkan materi pemasaran yang menarik dan berkualitas. Permasalahan saat ini ialah sebagian besar UMKM memiliki keterbatasan dalam hal akses dan kemampuan menggunakan perangkat lunak untuk membuat desain yang kompleks. Hal ini mengakibatkan pelaku UMKM harus menggunakan pihak eksternal yang dipastikan harus membebankan biaya tambahan yang signifikan bagi bisnisnya. Selain itu, pelaku UMKM mungkin juga tidak memiliki pengetahuan atau keterampilan yang memadai dalam desain grafis, sehingga menghambat kemampuan mereka untuk bersaing secara efektif dalam pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, setelah dilaksanakan pelatihan Canva, terdapat harapan yang besar untuk terjadinya sebuah transformasi yang signifikan ataupun mendapatkan pemahaman sebagai pelaku UMKM untuk sebuah pemasaran digital. Ekspektasi yang dicapai dalam pelatihan ini antara lain pelaku UMKM akan menjadi lebih mandiri dalam menciptakan materi pemasaran untuk produk UMKM yang dihasilkan. Selain itu, kualitas materi konten pemasaran dapat

meningkat dan mendukung usaha dari para pelaku UMKM. Pembuatan konten visual yang lebih profesional dan menarik perhatian melalui template yang disediakan oleh Canva atau melakukan pengeditan sesuai dengan kebutuhan dan identitas merek dari pelaku UMKM menjadi lebih menarik, konsisten dan meyakinkan bagi konsumen. Harapan lain dari pelaksanaan pelatihan Canva untuk UMKM ini adalah adanya peningkatan kreativitas dari UMKM itu sendiri. Pelaku UMKM akan menjadi lebih percaya diri dalam memberikan eksperimen melalui hasil desain pemasaran dan mengeksplorasi berbagai ide untuk memberikan konsistensi kepada pelanggan misalnya adanya produk baru ataupun dengan mengeksplorasi lebih lanjut tentang produk yang sudah ada kepada para konsumen. Oleh karena itu, keseluruhan, pelatihan Canva telah membawa transformasi yang signifikan dalam pendekatan pemasaran digital UMKM.

Pada akhir kegiatan pelatihan, kuesioner dibagikan kepada peserta UMKM yang berupa post test untuk mengukur pemahaman peserta dalam memahami Canva. Selain itu, diukur juga mengenai persepsi kegiatan yang diberikan guna memberikan kritik dan saran yang konstruktif agar ada peningkatan kualitas pelatihan di masa mendatang. Dengan demikian, kegiatan pelatihan dapat memberikan kontribusi yang berkelanjutan mengenai penggunaan Canva terutama untuk UMKM.

Data yang diperoleh dari kegiatan ini berkaitan dengan jawaban peserta terhadap pretest dan posttest. Dua variabel utama yang diamati adalah nilai tes awal dan nilai tes akhir peserta. Perbedaan antara kedua variabel ini kemudian diuji secara statistik untuk melihat apakah terdapat perbedaan yang signifikan dalam pemahaman peserta sebelum dan setelah pelatihan. Adanya perbedaan nilai tersebut yang akan menunjukkan keefektifan pelatihan dalam peningkatan kemauan dan pemahaman mengenai penggunaan Canva untuk kegiatan UMKM. Analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwasanya terdapat peningkatan signifikan dalam nilai tes akhir peserta dibandingkan dengan nilai tes awal mereka. Tabel 1 menjelaskan bahwasanya nilai rerata pemahaman peserta setelah pelatihan memberikan nilai yang lebih tinggi daripada sebelum pelatihan. Ini mengindikasikan bahwa pelatihan aplikasi Canva telah berhasil dalam meningkatkan pemahaman peserta.

Tabel 1. Hasil Pretest dan Postest

Jenis Pemahaman	Rerata Pemahaman (1-10)	
	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
Pemahaman Membuat desain konten promosi	4,8	6,8
Pemahaman tentang Menambahkan teks dan gambar melalui canva	4,9	7,1
Pemahaman dalam Menambahkan gambar pada canva	5	7,1
Pemahaman dalam Mengedit Template konten promosi pada canva	4,9	6,9
Pemahaman Membuat Persentasi produk UMKM pada canva	4,7	6,7
Pemahaman untuk Membuat Desain yang menarik untuk konsumen	4,9	6,9

Selanjutnya dilakukan uji normalitas Berdasarkan uji normalitas diperoleh nilai signifikansi > 0.05 sehingga data terdistribusi normal. Oleh karena itu, pengujian statistik yang diambil adalah statistic parametrik dengan menggunakan paired t-test. Hasil dari analisis bahwasanya pemahaman peserta terhadap pelatihan juga mendukung temuan tersebut. Sebelum melakukan kegiatan pelatihan Canva, rerata skor yang didapat peserta adalah rentang 4,7 hingga 5,0 dari 10 poin. Kemudian, setelah program pelatihan pemahaman peserta meningkat pada range 6,7 hingga 7,1 dari 10 poin. Secara statistik juga menunjukkan bahwasanya pelatihan ini memberikan perubahan yang cukup tinggi dimana dari hipotesis yang disediakan ditolah oleh analisis statistik paired t-means dengan nilai signifikansi $1,21 \times 10^8$ yang artinya bahwa terdapat peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan ini. Fasilitator acara yang merupakan penyelenggara pelatihan dapat dikatakan berhasil dalam melakukan implemetasi teori Canva dengan baik. Oleh karena itu, keberlanjutan pelatihan ini diharapkan dapat dilakukan untuk meningkatkan keterampilan merancang masyarakat terutama pada sektor UMKM.

Tabel 2. Hasil uji paired t-means

Hipotesis	Nilai Signifikansi	Keputusan
Ho : Tidak ada perbedaan signifikan dalam pemahaman Canva	$1,21 \times 10^8$	Menolak Ho

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelatihan digital marketing melalui konten promosi menggunakan Canva untuk pelaku UMKM di Pekanbaru, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang dasar-dasar pemasaran digital serta keterampilan teknis dalam penggunaan Canva. Pelatihan ini memberikan dampak positif dengan membantu peserta memahami cara merancang konten visual yang menarik dan efektif untuk keperluan promosi usaha mereka. Pendekatan partisipatif yang melibatkan dosen, mahasiswa, dan praktisi Canva sebagai pendamping terbukti efektif dalam memastikan peserta tidak hanya memahami materi secara teori, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara langsung.

Pelatihan ini juga menunjukkan efektivitas yang kuat dalam membantu peserta memahami strategi pemasaran digital dan penggunaan alat bantu seperti Canva. Peserta tidak hanya mendapatkan keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman tentang pentingnya konten visual yang menarik dan profesional untuk menarik perhatian konsumen. Secara keseluruhan, program pelatihan ini berhasil menjadi katalisator dalam meningkatkan keterampilan pemasaran digital peserta dan diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi pertumbuhan UMKM di Pekanbaru. Untuk memastikan keberlanjutan dan memperluas dampak program pelatihan Canva bagi UMKM yang telah dilakukan, beberapa langkah strategis dapat diterapkan dalam jangka waktu satu tahun, seperti melakukan pendampingan pasca-pelatihan melalui kelompok belajar atau platform komunikasi untuk memberikan dukungan berkelanjutan bagi peserta. Selain itu, penyelenggaraan sesi lanjutan atau pelatihan lebih mendalam tentang desain grafis dan optimasi pemasaran digital dapat meningkatkan keterampilan peserta. Selain itu, program sertifikasi juga bisa diterapkan untuk memberi pengakuan atas kemampuan peserta dalam desain digital.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Rumah BUMN Pekanbaru yang telah berperan sebagai kolaborator utama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dukungan yang diberikan, baik berupa fasilitas, koordinasi, maupun keterlibatan aktif dalam pelaksanaan pelatihan, telah membantu memastikan kegiatan ini berjalan dengan lancar dan mencapai tujuannya. Rumah BUMN telah menjadi mitra yang luar biasa dalam memberdayakan pelaku UMKM untuk lebih siap menghadapi tantangan di era digital melalui pemanfaatan teknologi desain grafis. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Islam Riau (UIR) yang telah memberikan dukungan penuh dalam bentuk pendanaan untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kolaborasi antara Rumah BUMN Pekanbaru dan Universitas Islam Riau dalam kegiatan ini menjadi contoh nyata sinergi yang baik antara institusi pendidikan dan lembaga pemberdayaan masyarakat dalam mendukung kemajuan UMKM di Pekanbaru. Semoga kerja sama ini dapat terus berlanjut dan memberikan kontribusi yang lebih luas di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- Feti Fatimah, Imam Suroso, Bambang Irawan and Ika Barokah Suryaningsih (2024). The importance of retail behavior quality to maintain consumers' loyalty: findings from Indonesian micro retail businesses. *Innovative Marketing*, 20(3), 288-300. [http://dx.doi.org/10.21511/im.20\(3\).2024.23](http://dx.doi.org/10.21511/im.20(3).2024.23)
- Handoko, B., Setyawan, H., & Rahman, M. (2019a). Pemanfaatan teknologi desain grafis untuk meningkatkan daya tarik produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 7(2), 23–35.
- Handoko, B., Setyawan, H., & Rahman, M. (2019b). Penggunaan Canva dalam Pembuatan Konten Promosi Digital UMKM. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis*, 5(2), 45–55.
- Kartika, N., Putri, S., & Aditya, P. (2021). Strategi Digital Marketing untuk UMKM di Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Digital*, 8(1), 33–47.
- Kumalasari, C., Marhamah, M., & Muttaqin, M. Z. (2024). Pelatihan Animasi Bahasa Inggris Sebagai Media Publikasi Terintegrasi Budaya Melayu. *FLEKSIBEL: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2).
- Nurhayaty, R., Aditya, P., & Kartika, T. (2022). Pengaruh desain grafis terhadap keputusan pembelian konsumen di sektor UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 45–56.
- Pekanbaru, D. K. dan U. K. M. (2022). *Laporan Tahunan UMKM Pekanbaru*. Pemerintah Kota Pekanbaru.
- Putri, S., Kartika, D., & Rahman, F. (2021). Penggunaan Canva sebagai alat bantu desain grafis dalam pemasaran digital UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 6(3), 78–89.
- Riau, B. (2023). *Riau Dalam Angka 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Setiawan, D., Wibowo, A., & Syamsudin, H. (2020). Strategi peningkatan promosi UMKM melalui konten visual berbasis digital. *Jurnal Strategi Bisnis Digital*, 11(4), 56–67.
- Silalahi, T. (2022). Implementasi Teknologi Digital untuk UMKM di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Digital*, 8(2), 34–48.
- Social, W. A. (2023). *Digital Report 2023: Penggunaan Media Sosial di Indonesia*. We Are Social.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, N., Wijaya, R., & Kurniawan, S. (2020). Pengembangan keterampilan desain grafis untuk UMKM melalui aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Teknologi Digital*, 5(2), 67–80.
- UKM, K. K. dan. (2021). *Strategi Penguatan UMKM Melalui Digitalisasi*. Kemenkop UKM.
- Wijayanti, L., Handoko, B., & Rahman, M. (2022). Pemanfaatan Canva untuk Promosi Produk UMKM. *Jurnal Desain Grafis*, 4(1), 25–36.
- Handoko, B., Setyawan, H., & Rahman, M. (2019a). Pemanfaatan teknologi desain grafis untuk meningkatkan daya tarik produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 7(2), 23–35.
- Handoko, B., Setyawan, H., & Rahman, M. (2019b). Penggunaan Canva dalam Pembuatan Konten Promosi Digital UMKM. *Jurnal Teknologi Dan Bisnis*, 5(2), 45–55.
- Kartika, N., Putri, S., & Aditya, P. (2021). Strategi Digital Marketing untuk UMKM di Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Digital*, 8(1), 33–47.
- Kumalasari, C., Marhamah, M., & Muttaqin, M. Z. (2024). Pelatihan Animasi Bahasa Inggris Sebagai Media Publikasi Terintegrasi Budaya Melayu. *FLEKSIBEL: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2).
- Nurhayaty, R., Aditya, P., & Kartika, T. (2022). Pengaruh desain grafis terhadap keputusan pembelian konsumen di sektor UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 45–56.
- Pekanbaru, D. K. dan U. K. M. (2022). *Laporan Tahunan UMKM Pekanbaru*. Pemerintah Kota Pekanbaru.

Pekanbaru.

- Putri, S., Kartika, D., & Rahman, F. (2021). Penggunaan Canva sebagai alat bantu desain grafis dalam pemasaran digital UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 6(3), 78–89.
- Riau, B. (2023). *Riau Dalam Angka 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Setiawan, D., Wibowo, A., & Syamsudin, H. (2020). Strategi peningkatan promosi UMKM melalui konten visual berbasis digital. *Jurnal Strategi Bisnis Digital*, 11(4), 56–67.
- Setyowati, T., Az, B. T., & Tobing, D. S. K. (2021). The Role of Organizational Citizenship Behavior in Mediating the Relationship Between Organizational Culture and Job Satisfaction with Employee Performance. *Quality - Access to Success*, 22(185), 220–234. <https://doi.org/10.47750/QAS.185./2229>
- Silalahi, T. (2022). Implementasi Teknologi Digital untuk UMKM di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Digital*, 8(2), 34–48.
- Social, W. A. (2023). *Digital Report 2023: Penggunaan Media Sosial di Indonesia*. We Are Social.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanti, N., Wijaya, R., & Kurniawan, S. (2020). Pengembangan keterampilan desain grafis untuk UMKM melalui aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Teknologi Digital*, 5(2), 67–80.
- UKM, K. K. dan. (2021). *Strategi Penguatan UMKM Melalui Digitalisasi*. Kemenkop UKM.
- Wijayanti, L., Handoko, B., & Rahman, M. (2022). Pemanfaatan Canva untuk Promosi Produk UMKM. *Jurnal Desain Grafis*, 4(1), 25–36.