

DOI: <https://doi.org/10.38035/sncsr.v2i2.1077><https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received: 08 Juli 2026 | Revised: 15 Juli 2026 | Accepted: 26-Juli 2026

Efektivitas Pelatihan Desain Visual Canva dalam Optimalisasi Branding dan Nilai Jual UMKM

Tri Sugiarti Ramadhan¹, Andi Normaladewi², Mitha Endah Aprilia³, Nadiah Putri Salsabila⁴

¹Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia, trisugiarti@unisma.ac.id

²Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia, andinurma@unisma.ac.id

³Universitas Gajayana Malang, Malang, Indonesia, mitha_endah@unigamalang.ac.id

⁴Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia, nadiahptrs@gmail.com

Corresponding Author: trisugiarti@unisma.ac.id¹

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are vital contributors to Indonesia's economy, yet many owners face challenges in leveraging visual design for promotional activities. This study reports on a one-day Canva-based training program designed to improve MSMEs' ability to produce compelling visual marketing content. The training involved 10 MSME participants from Malang Regency, 60% of whom were women, and employed a participatory learning approach. The curriculum included a pre-test, theoretical and practical sessions on Canva, direct mentoring, and a post-test. Data were collected using questionnaires, observation sheets, and qualitative feedback. Findings revealed a significant increase in average scores, from 51 to 75, representing a 47% improvement. A Wilcoxon signed-rank test produced a p-value of 0.0019, confirming a statistically significant difference between pre- and post-training competencies. Participants successfully generated promotional materials, including logos, posters, and brochures, and received a practical guidebook for future reference. Overall satisfaction was notably high, with an average rating of 4.3 out of 5. These results align with existing literature demonstrating that basic design training can substantially elevate MSME participants' skills. We recommend the continuation of such programs with sustained mentoring and improved digital infrastructure, including hardware and internet access.*

Keyword: *Visual Branding, Canva, Graphic Design, Digital Marketing, MSME.*

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional, namun sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan desain visual sebagai instrumen pemasaran yang efektif. Studi ini menyajikan program pelatihan berbasis Canva yang bertujuan memperkuat kapasitas UMKM dalam menciptakan materi promosi visual secara mandiri. Kegiatan dilaksanakan selama satu hari dan melibatkan 10 pelaku UMKM di Kabupaten Malang, dengan komposisi peserta 60% perempuan. Pendekatan yang digunakan adalah pembelajaran partisipatif, yang mencakup tahapan pre-test, pemberian materi teori dan praktik Canva, pendampingan intensif, serta post-test. Instrumen evaluasi meliputi kuesioner, lembar observasi, dan penilaian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan rata-rata skor dari 51 menjadi 75, atau setara dengan

kenaikan sebesar 47%. Berdasarkan uji Wilcoxon, diperoleh nilai $p = 0,0019$, yang mengindikasikan adanya perbedaan yang signifikan secara statistik. Seluruh peserta berhasil menciptakan berbagai materi promosi, seperti logo, poster, dan brosur. Selain itu, peserta menerima buku panduan yang dapat digunakan sebagai referensi pribadi. Tingkat kepuasan peserta mencapai rata-rata 4,3 dari 5, mencerminkan respons yang sangat baik. Temuan ini memperkuat bukti bahwa pelatihan desain sederhana dapat secara signifikan meningkatkan kompetensi kreatif pelaku UMKM. Oleh karena itu, direkomendasikan agar program serupa dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan, serta didukung oleh infrastruktur digital yang memadai, termasuk perangkat keras dan akses internet.

Kata Kunci: Branding visual, Canva, desain grafis, digital marketing, UMKM.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan perdagangan yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha kecil dan mikro. Perekonomian yang berbasis UMKM dianggap lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan besar karena UMKM memerlukan modal yang relatif lebih sedikit, serta berperan dalam meningkatkan kreativitas, menyediakan penghasilan tambahan, dan menjadi ciri identitas lokal melalui produk yang dihasilkan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur (2025), Kabupaten Malang menduduki peringkat kedua se-Jawa Jawa Timur dalam hal jumlah UMKM, dengan total 4,58 juta unit usaha pada tahun 2025. Keberadaan UMKM tidak hanya menopang perekonomian daerah, tetapi juga menciptakan lapangan kerja yang luas. Meskipun demikian, menjadi pengusaha UMKM yang sukses bukanlah hal yang mudah; tantangan dan rintangan yang dihadapi seringkali cukup signifikan, terutama dalam mengadopsi dan mengadaptasi teknologi digital. Salah satu kendala utama adalah rendahnya pemahaman tentang pemanfaatan teknologi untuk pemasaran digital, yang diperparah oleh minimnya dukungan eksternal. Akibatnya, banyak UMKM yang tertinggal dalam menghadapi arus digitalisasi dan perkembangan teknologi, sehingga usaha mereka tidak berkembang secara optimal.

Salah satu cara untuk meningkatkan kapasitas UMKM adalah melalui pemberian pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan manajemen dan pemasaran. Pelatihan ini penting karena banyak pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam memahami strategi bisnis yang lebih canggih, seperti manajemen keuangan, branding, pemasaran digital, dan pemanfaatan teknologi. Tanpa pengetahuan yang memadai dalam bidang-bidang ini, UMKM sering kali kesulitan untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Selain itu, dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi digital, UMKM dituntut untuk mengadaptasi diri agar tetap relevan. Pemasaran digital, misalnya, membuka peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Namun, tanpa pemahaman yang mendalam tentang strategi digital dan penggunaan platform online seperti media sosial atau aplikasi desain modern, banyak UMKM kesulitan memanfaatkan potensi ini secara maksimal. Studi-studi terkini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital, terutama dalam hal desain visual, masih tergolong rendah di kalangan UMKM Indonesia, di mana sebagian besar dari mereka belum terbiasa menggunakan aplikasi desain modern (Azzahra dkk., 2025; Sumaryanto dkk., 2025).

Branding dan identitas visual merupakan elemen yang sangat krusial dalam persaingan pasar. Identitas merek yang mencakup logo, kemasan, dan materi promosi berperan penting dalam membangun pengenalan produk dan membentuk ikatan emosional dengan konsumen (Rizieq dkk., 2025). Desain yang menarik secara visual terbukti mampu mempengaruhi keputusan pembelian (Zettira dkk., 2022). Octory dkk. (2024) menambahkan bahwa pelatihan branding digital dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM hingga lebih dari

30% dalam kurun waktu enam bulan. Oleh karena itu, pembaruan strategi visual menjadi suatu keharusan bagi UMKM agar tetap kompetitif (Nurbadillah dkk., 2025). Aplikasi Canva hadir sebagai solusi praktis yang efektif dan terjangkau bagi permasalahan ini (Farhan dkk., 2022). Sebagai platform desain grafis berbasis online, Canva menawarkan beragam templat untuk poster, logo, brosur, dan berbagai keperluan desain lainnya dengan antarmuka yang intuitif dan interaktif (Effendi et al., 2024; Rizieq dkk., 2025; Zettira dkk., 2022). Kemudahan akses melalui ponsel maupun komputer memungkinkan pelaku usaha tanpa latar belakang desain profesional untuk tetap menciptakan materi promosi yang menarik. Penelitian terbaru menegaskan bahwa pelatihan Canva terbukti mampu meningkatkan keterampilan desain peserta secara bermakna (Azzahra dkk., 2025; Afifah, 2025). Sebagai contoh, pelatihan serupa yang diadakan di Depok mampu meningkatkan pemahaman dan antusiasme peserta dalam menggunakan media sosial sebagai kanal pemasaran (Anwar dkk., 2025). Berdasarkan hal tersebut, program pengabdian ini difokuskan untuk memberikan pelatihan desain grafis berbasis Canva guna meningkatkan kapabilitas branding visual UMKM, khususnya di Kabupaten Malang.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan November 2025 di Kabupaten Malang. Kegiatan ini diikuti oleh 10 peserta, yang terdiri dari pelaku UMKM lokal dengan komposisi 6 peserta perempuan dan 4 peserta laki-laki, yang bergerak di sektor kuliner, fesyen, dan kerajinan tangan. Kriteria peserta mencakup keterbatasan kemampuan desain sebelumnya serta motivasi belajar yang tinggi.

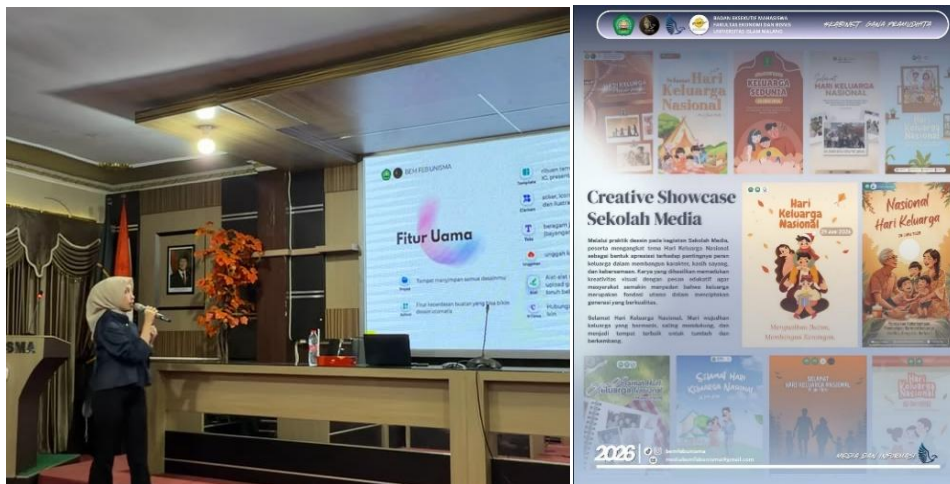
Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam menciptakan materi promosi visual secara mandiri melalui pemanfaatan aplikasi Canva. Metode kegiatan program pelatihan ini dilakukan dengan berbagai tahapan, yaitu:

1. Survey lapangan dan persiapan: Saat melakukan survei awal dan wawancara dengan calon peserta di Kabupaten Malang, diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum pernah menggunakan aplikasi desain grafis modern dan masih bergantung pada jasa desainer profesional untuk membuat materi promosi. Tahap persiapan meliputi pengembangan materi dan panduan pelatihan, penyusunan soal pre-test dan post-test, lembar observasi, serta sosialisasi program kepada calon peserta UMKM.
2. Pembekalan terhadap peserta (Pre-test dan Pelatihan Teori): Sebelum program kegiatan ini dilakukan, peserta diberikan pre-test berupa 10 soal pilihan ganda untuk mengukur pengetahuan dasar tentang desain grafis dan Canva dengan skala penilaian 0–100. Selanjutnya, dilakukan pembekalan yang diberikan langsung oleh tim dosen dan narasumber yang berkompeten. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan prinsip-prinsip dasar desain grafis (warna, tata letak, tipografi) serta pengenalan fitur-fitur unggulan Canva. Strategi pembelajaran yang digunakan mencakup penanaman konsep, sharing session, studi kasus, serta pemaparan materi secara interaktif.



Gambar 1. Pembekalan materi kepada peserta

3. Pelatihan praktik dan pendampingan langsung (*Post-test dan Evaluasi*): Setelah data awal diperoleh dan materi teori disampaikan, pada hari pelaksanaan dilakukan pelatihan praktik membuat desain poster promosi produk secara langsung. Tim kemudian terjun mendampingi peserta secara intensif untuk membantu mengatasi kesulitan teknis selama proses perancangan desain. Di akhir sesi, peserta mengerjakan post-test dengan soal yang sama untuk mengukur peningkatan pemahaman. Kegiatan ditutup dengan sesi evaluasi dan umpan balik berupa wawancara singkat dan diskusi untuk menggali tanggapan peserta terkait materi serta metode pelatihan yang telah diberikan.



Gambar 2. Pemaparan materi, praktik, dan pendampingan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan Canva ini terlaksana dengan lancar sesuai rencana yang telah dikembangkan. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan ini cukup representatif untuk mewakili pelaku UMKM di Kabupaten Malang. Adapun beberapa faktor yang mendukung upaya pelaksanaan kegiatan yakni: (a) peserta memiliki minat dan keinginan yang kuat untuk mempelajari dan menambah pengetahuan terkait dasar-dasar desain grafis dan branding digital; (b) kegiatan juga sangat didukung penuh oleh para pemangku kepentingan setempat serta diminta agar kegiatan tidak berhenti dalam satu hari saja, melainkan dilaksanakan secara berkelanjutan agar para peserta dapat merasakan manfaatnya secara optimal.

Dalam proses pelaksanaan, hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada kemampuan desain grafis peserta pasca-pelatihan. Berdasarkan pengukuran terhadap 10 peserta, rata-rata skor pre-test adalah 51, yang kemudian meningkat menjadi 75 pada post-test, sehingga terjadi kenaikan sebesar 24 poin atau sekitar 47%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak yang bermakna terhadap peningkatan kompetensi peserta. Data lengkap hasil pre-test dan post-test menunjukkan bahwa seluruh peserta mengalami kenaikan nilai, dengan peningkatan tertinggi terjadi pada peserta yang awalnya memiliki skor terendah.



Gambar 3. Dokumentasi kegiatan dan hasil karya terbaik peserta

Untuk menguji signifikansi peningkatan, dilakukan analisis statistik inferensial menggunakan uji Wilcoxon Signed Rank Test karena distribusi data tidak normal dan jumlah sampel yang relatif kecil ($n=10$). Hipotesis yang diuji adalah H_0 (tidak ada perbedaan antara hasil pre-test dan post-test) melawan H_1 (ada perbedaan antara hasil pre-test dan post-test). Hasil uji menunjukkan nilai $p = 0,005$, yang berada di bawah taraf signifikansi $0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak, yang berarti terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik, di mana skor post-test terbukti jauh lebih tinggi dibandingkan pre-test. Hal ini memperkuat bukti bahwa pelatihan Canva efektif dalam meningkatkan kemampuan desain peserta.

Selama proses praktik, seluruh peserta berhasil menghasilkan desain promosi digital, seperti pamflet, poster, dan flyer untuk media sosial, yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing usaha. Desain-desain yang dihasilkan umumnya memiliki tata letak dan pilihan warna yang lebih menarik dibandingkan desain awal peserta, berkat dukungan templat Canva yang beragam dan interaktif. Selain itu, setiap peserta menerima buku panduan pembuatan banner/flyer yang dapat digunakan sebagai panduan pribadi untuk pengembangan ke depan.

Berdasarkan feedback yang diberikan oleh peserta, tanggapan yang diterima sangat positif. Peserta menyatakan bahwa Canva mudah dipelajari dan sangat membantu dalam membuat visualisasi konten promosi. Salah satu peserta bahkan mengungkapkan bahwa sebelumnya ia selalu bergantung pada tenaga desain profesional yang berarti memerlukan biaya tambahan untuk setiap pembuatan konten namun setelah pelatihan, ia menjadi lebih percaya diri untuk membuat materi promosi sendiri. Rata-rata skor kepuasan peserta terhadap seluruh rangkaian kegiatan adalah 4,34 dari skala 5, menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Herawati dkk. (2025), Rumyneni dkk. (2025), dan Khairunisa & Misidawati (2024), yang menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam membuat konten iklan yang menarik dan memperluas jangkauan pemasaran mereka melalui media sosial. Sumaryanto dkk. (2025) juga melaporkan bahwa 87% peserta pelatihan Canva di Surakarta mengalami peningkatan keterampilan desain dan mampu membuat materi promosi secara mandiri dibandingkan sebelum dilakukan pelatihan. Dengan demikian, pelatihan semacam ini tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga berpotensi meningkatkan efektivitas pemasaran dan daya saing UMKM di pasar digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, yaitu program pelatihan Canva bagi 10 pelaku UMKM di Kabupaten Malang terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan desain grafis dan kemampuan branding visual peserta. Hal ini didukung oleh kenaikan signifikan skor post-test dibandingkan pre-test (dari 51 menjadi 75, kenaikan 47%) serta keberhasilan peserta dalam menciptakan materi promosi secara mandiri. Peserta juga memberikan respons yang sangat baik, dengan tingkat kepuasan rata-rata 4,3 dari 5. Dengan demikian, pelatihan ini mampu memperkuat kapasitas digital marketing sederhana bagi UMKM.

Saran

Kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, yaitu program pelatihan Canva bagi 10 pelaku UMKM di Kabupaten Malang terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan desain grafis dan kemampuan branding visual peserta. Hal ini didukung oleh kenaikan signifikan skor post-test dibandingkan pre-test (dari 51 menjadi 75, kenaikan 47%) serta keberhasilan peserta dalam menciptakan materi promosi secara mandiri. Peserta juga memberikan respons yang sangat baik, dengan tingkat kepuasan rata-rata 4,3 dari 5. Dengan demikian, pelatihan ini mampu memperkuat kapasitas digital marketing sederhana bagi UMKM.

Acknowledgment (Opsional)

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam program pengabdian masyarakat ini. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didanai oleh Hibah Internal Universitas Santo Borromeus. Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Malang yang telah bersedia berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para mahasiswa dan tim pelaksana yang telah bekerja keras untuk menyukseskan program ini. Dukungan dan antusiasme para peserta berkontribusi besar terhadap keberhasilan program ini. Semoga kerja sama yang baik ini terus terjalin dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi pengembangan UMKM dan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Malang.

REFERENSI

- Afifah, S. (2025). Peningkatan Desain Promosi UMKM melalui Pelatihan Penggunaan Canva untuk Iklan Produk. *PROGRESIF*, 5(2), 125-136.
- Anwar, S., Nurhartanto, A., Munawar, M., Gumilar, E.B. & Anjarjati, D.A. (2025). Optimalisasi Keterampilan Desain Grafis Untuk UMKM Melalui Pelatihan Aplikasi Canva Di Desa Todanan Kabupaten Blora Provinsi Jawa Tengah. *Blora International Journal of Community Engagement*, 1(1), 38-47.
- Azzahra, S. A., Tjiwidjaja, H., Suharmanto, S., Febri, F., & Suhermanto, S. (2024). Analisis Dampak Pelatihan Canva Terhadap Peningkatan Keterampilan Desain Grafis Peserta. *Digital Transformation Technology*, 4(2), 1192–1197.
- BPS Provinsi Jawa Timur. (2025). Banyaknya Industri Mikro dan Kecil menurut Kabupaten/Kota—Tabel Statistik. Diakses dari laman <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzUyIzI=/banyaknya-usaha-mikro-dan-kecil-menurut-kabupaten-kota.html>
- Chandra, H., Arismawati, P., Wahyuni, A.E., Azizah, F.N., Zahiroh, N.Z., Erlina, M.E. & Julianugerah, M.F. (2024). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Keterampilan Masyarakat dalam Merancang Produk UMKM. *Abdimas Awang Long*, 7(2), 70–79.

- Effendi, M. I., Mutmainnah, S., Nurjanah, N., Annaqita, S., & Ningtyas, S. W. (2024). Contribution of Canva For Education In Enhancing Students' Creativity and Presentation Skills. *PINUS: Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran*, 9(2), 13–26.
- Farhan, M. T., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM: (Studi pada UMKM SEKTOR Food and Beverage di Jakarta Selatan). *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 35-48.
- Haryanto, H., & Setiawan, A. (2023). The Correlation Between Javanese Culture And Employee Engagement: A Systematic Literature Review. *Jurnal Ekonomi*, 12(4), 2495-2503.
- Herawati, H., Lestari, S., Bandawaty, E., Suldina, F., Sanjoyo, & Siddiq, A. (2025). Pemanfaatan Literasi Digital dalam Pengembangan UMKM di Wilayah Cikarageman. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 12305-12312.
- Khairunisa, A.N. & Misidawati, D.N. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 3(1), 184-190.
- Nurbadillah, Wiguna, I.M, Fadlurohman, R., & Kuntari, W. (2025). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi dalam Desain Grafis sebagai Pendukung Branding UMKM. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis, Dan Teknologi (AMBITEK)*, 5(1), 419-426.
- Octory, G., Khairunnisa, A. Z., & Martiadini, K. T. (2024). Penguatan Branding Pelaku UMKM Kuliner melalui Media Digital di Kampung Bencongan, Kabupaten Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, 2(4), 449–456.
- Rizieq, H., Fadilah, A. F., Ingtyas, F. T., & Ginting, L. (2025). Analisis Pengaruh Branding terhadap Produk Kuliner UMKM: Studi Literatur. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(3), 572–585.
- Rumyeni, Angela, S., Mustaqimah, N., Bagasati, L.A. & Rimayanti, N. (2025). Meningkatkan Daya Saing UMKM dengan Strategi Digital Marketing. *Menara Riau: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Pengembangan Masyarakat Islam*, 19(1), 23-32.
- Sumaryanto, Ricadonna, N. A., Panglipurningrum, Y. S., & Utama, H. B. (2025). Pelatihan Canva sebagai Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Branding Digital Produk Anggota ACSB Banjarsari Surakarta. *Wasana Nyata : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(1), 66-76.
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105.