

## PELATIHAN CANVA SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK LOKAL DI DESA KLAMPIS TIMUR BANGKALAN

**Angga Fitriyono<sup>\*1</sup>, Selamat Joko Utomo<sup>2</sup>, Kartika Dewi<sup>3</sup>, Siti Khusniatul Amanah<sup>4</sup>,  
Naula Taufiqi Azulva<sup>5</sup>**

<sup>1,4,5</sup>Program Studi Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

<sup>2</sup>Proram Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Ilmu Kelautan, Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

angga.fitriyono@trunojoyo.ac.id<sup>\*1</sup>, sjutomo@trunojoyo.ac.id<sup>2</sup>, kartika.dewi@trunojoyo.ac.id<sup>3</sup>,  
khusniaamanah@gmail.com<sup>4</sup>, naulacans@gmail.com<sup>5</sup>

### ABSTRAK

Pembuatan desain promosi menjadi hal yang sangat penting dari strategi branding suatu produk. Melalui strategi branding produk ini dapat memberikan informasi yang lengkap dan menjadi ciri khas dari produk tertentu sehingga mudah dikenal oleh khalayak umum. Temuan ini sejalan dengan permasalahan desain produk yang belum memenuhi standart dan tampilan yang kurang menarik sehingga kurang dikenal oleh masyarakat luas. Tujuan diadakannya pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan editing desain promosi produk dan kemasan menggunakan aplikasi canva. Adapun dalam pelaksanaannya menggunakan metode simulasi yaitu dengan melakukan praktek secara langsung. Dengan melewati beberapa siklus pelatihan yaitu perencanaan program pelatihan, penentuan sasaran, pelaksanaan pelatihan, pengecekan, pengembangan pelatihan. Pelatihan ini diikuti 40 peserta dari wali murid TK dan KB, guru TK dan KB, karang Taruna, anggota BUMDes. Dari pelatihan ini peserta dapat membuat berbagai desain promosi untuk produk BUMDes, produk usaha dan media pembelajaran untuk PAUD

Kata Kunci: Strategi pemasaran, Promosi, Editing, Aplikasi Canva, Pelatihan

### PENDAHULUAN

Memperkenalkan suatu produk untuk dikenal khalayak ramai tidaklah mudah. Sehingga perlu adanya strategi pemasaran dalam bisnis. Strategi pemasaran merupakan penalaran pemasaran yang digunakan Perusahaan dengan harapan mencapai tujuan pemasarannya (Lestari & Aslami, 2022). Salah-satu srategi pemasaran yang sering digunakan adalah melalui promosi. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, promosi merupakan pengenalan dalam rangka memajukan usaha dagang. Sedangkan menurut Gamaya, Mugi & Sari (2021) *Promotion branding and marketing* merupakan kegiatan untuk memperkenalkan karya atau hasil produk kepada masyarakat luas, tahap ini juga sebagai tahap untuk memberikan karakter dan ciri khas produk kepada masyarakat luas. Promosi ini dapat dilakukan dengan berbagai cara dan media. Salah-satu promosi yang paling banyak digunakan pada era revolusi industri 5.0 adalah promosi melalui jejaring media sosial dan internet. Revolusi industri 5.0 merupakan era yang menitikberatkan pada integrasi antara teknologi canggih seperti AI, IoT dan teknologi robot teknologi dengan keahlian manusia dan inovasi yang dapat mendorong perkembangan sistem produksi yang lebih efisien, fleksibel, dan berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan (Nurkhamid, Asmadewa & Sukmono, 2021). Dalam pelaksanaannya promosi secara online ini menggunakan media pamflet, feeds, flyer dan tampilan produk yang memiliki tampilan yang bagus dan menarik perhatian konsumen

Desain pada tampilan produk dan flayer menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Melalui desain produk konsumen dapat mengetahui *brand* dari suatu produk yang membedakannya dengan produk lainnya. Selain itu desain yang menarik juga dapat meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Branding ini menjadi hal yang harus diperhatikan dalam pemasaran suatu produk karena melalui branding ini dapat membangun citra produk. Langkah pertama yang harus dilakukan dalam strategi branding adalah dengan membangun sebuah pondasi bisnis yang berkualitas kemudian menciptakan produk yang unik, untuk menjadikan produk yang unik dapat dimulai dengan membuat packaging yang unik sehingga akan meningkatkan value brand bagi produk (Hidayat, 2021), Desain kemasan menunjukkan citra produk pada masyarakat luas. Desain kemasan adalah hubungan anatara bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, tipografi dan informasi dengan elemen desain tambahan untuk membuat produk yang cocok untuk dipasarkan. Adapun tujuan desain kemasan adalah untuk memenuhi tujuan pemasaran dengan berkomunikasi kepada konsumen tentang fungsi produk sehingga menghasilkan suatu penjualan (Tunky & Kohardinata, 2023).

Kemasan dan media promosi produk dapat mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk. Melalui kemasan dan promosi dengan tampilan yang menarik daya tarik pembeli untuk membeli produk tersebut, bahkan tidak jarang pembeli tertarik lebih dulu dengan kemasan dan media promosi suatu produk. Dalam (Rasa, 2023) menyatakan kemasan yang menarik perhatian customer terhadap merk khusus, menambah citra, dan mempengaruhi persepsi customer tentang produk tersebut. Kemasan adalah salah-satu bidang dalam desain komunikasi visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang berhubungan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang harus diwujudkan ke dalam bahasa virtual (Cenadi, 2000).

Dalam pembuatan media promosi ini banyak sekali aplikasi-aplikasi yang membantu dalam pembuatan desain promosi untuk berbagai macam kebutuhan salah satunya adalah aplikasi canva yang tersedia pada layanan google play store/ app store.

Canva adalah sebuah platform desain online yang memungkinkan pengguna untuk membuat berbagai jenis desain seperti poster, pamflet, presentasi untuk pemula karena dirasa praktis dan mudah dan tidak memerlukan keterampilan desain grafis yang cukup rumit (Devina, 2021). Jadi melalui aplikasi canva ini dapat dimanfaatkan untuk membuat berbagai desain promosi dan untuk keperluan lainnya dengan fitur-fitur yang cukup lengkap dan mudah dalam pengoperasiannya. Adapun terdapat beberapa fitur yang tersedia dalam aplikasi canva ini diantaranya tersedia 750.000+ Template, ada 900+ ilustrasi dan icon, pdf editor, canva live, text customization, canva teams, grid desain dan foto, desain frame (Lawrence, 2023). Sehingga jika dilihat dari fitur-fitur yang tersedia aplikasi canva cukup lengkap untuk digunakan dalam editing segala macam kebutuhan baik untuk keperluan promosi maupun keperluan lainnya.

Dalam perancangan desain pamflet promosi dan kemasan seringkali para pelaku usaha kurang fokus akan tampilan dan informasi produk pada desain promosi usaha yang

mereka miliki, sehingga tampilan produk kurang tepat guna dan menarik daya beli konsumen. Hal ini menjadi permasalahan yang harus diperhatikan para pemilik usaha agar produk-produk yang dihasilkan dapat diketahui oleh khalayak ramai dengan ciri khas brand tersendiri atau biasa disebut dengan *product branding*. Adapun *product branding* adalah identitas produk adalah penerapan prinsip-prinsip strategi branding kepada suatu produk. *Product branding* dapat dilakukan dengan cara mengaitkan simbol, nama, desain, deskripsi, kemasan, dan masih banyak lagi kepada suatu produk untuk menciptakan sebuah identitas yang dapat dengan mudah dikenali oleh konsumen (Christian, 2024).

Dengan adanya desain promosi, logo dan kemasan yang jelas dan menarik ini, dapat memberitahukan tentang keunikan dan informasi-informasi secara lengkap pada produk yang akan memberikan nilai positif pada produk yang dipasarkan. Selain itu juga sebagai sarana komunikasi secara tidak langsung untuk menunjukkan, nama toko, alamat, nomor telepon sehingga tanpa disadari pembeli akan tahu tentang brand beserta informasi lainnya untuk membeli bahkan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk tersebut. Kendala akan kurangnya kemampuan editing desain ini terjadi pada masyarakat Klampis Timur Bangkalan. Desa ini memiliki potensi desa berupa melimpahnya hasil laut sehingga banyak masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang produk olahan ikan dan hasil laut lainnya. Salah-satu contohnya adalah adanya BUMDes Klampis Timur yang menjual berbagai produk olahan hasil laut milik masyarakat Klampis Timur.

Berdasarkan UU Nomor 6 tahun 2014 Badan Usaha Milik Desa merupakan badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lainnya untuk sebesar-besarnya demi kesejahteraan masyarakat desa (Nurkhamid, Asmadewa & Sukmono, 2022). Bumdes merupakan lembaga usaha yang bergerak dalam bidang pengelolaan aset-aset dan sumber daya ekonomi desa dalam kerangka pemberdayaan masyarakat desa dalam hal ini BUMDes milik Desa Klampis Timur bertungsi sebagai wadah penjualan berbagai produk olahan ikan dan hasil laut milik warga desa. BUMDes Klampis Timur merupakan salah satu Badan Usaha yang dikelola oleh pihak desa yang bergerak pada bidang penjualan hasil laut dan olahan laut. BUMDes Barokah Jaya selaku Badan Usaha Milik Desa yang diberikan wewenang untuk memasarkan hasil olahan masyarakat ke ranah yang lebih luas. Selain aktif pada sektor ekonomi melalui BUMDes, dalam lingkup sosial pun desa Klampis Timur memiliki fasilitas yang memadai untuk mencakup kesejahteraan masyarakat khususnya bagi pelaku usaha UMKM yang mengelola hasil laut menjadi olahan petis, terasi, kerupuk udang dan olahan lainnya. Akan tetapi dalam segi kemasan produk dan pemasaran belum memenuhi standart yang ada, seperti memiliki logo dan tampilan yang memiliki, memenuhi SOP pengemasan, selain itu pemasaran produk belum luas jangkauannya, rata-rata konsumen produk hanya di wilayah Madura dan sekitarnya. Sehingga perlu adanya pelatihan *digital marketing* agar lebih luas lagi jangkauannya. Adapun sasaran dengan adanya identifikasi permasalahan tersebut Tim KKN-T memberikan pelatihan berupa desain produk kepada anggota BUMDes, dan masyarakat sekitar agar dapat memiliki kemampuan editing untuk produk yang dipasarkan, selain itu juga Tim KKN-T melakukan pendampingan kepada BUMDes Barokah Jaya dalam pemasaran digital melalui media sosial seperti ShopeePay,

Tokopedia, Facebook dan Tiktok. Hal tersebut diharapkan dapat memperkenalkan dan menjual produk secara luas.

BUMDes sebagai Badan Usaha Desa memiliki banyak manfaat dibidang perekonomian masyarakat desa. Dalam Badan Usaha Milik Desa sebagai salah-satu penggerak ekonomi yang ada di desa memiliki fungsi sebagai berikut: konsolidasi produk barang dan jasa masyarakat desa, produksi barang dan jasa, penampungan, pembeli, pemasaran produk masyarakat desa, stimulasi dan dinaminasi usaha ekonomi masyarakat, pelayanan kebutuhan dasar dan umum bagi masyarakat, peningkatan kemanfaatan dan nilai ekonomi kekayaan budaya, religioditas, dan sumber daya alam, peningkatan nilai tambah atas aset desa dan pendapatan asli desa. Salah-satu contoh keberadaan BUMDes sebagai penggerak ekonomi warga terjadi pada BUMDes yang terletak di desa Jatirejo, Kulon Progo Yogyakarta Binangun Jati Unggul yang berhasil menciptakan 3 usaha yang saling melengkapi yaitu Resto Bukit Cubung, Perdagangan hasil pertanian, dan jasa keuangan, yang memberikan dampak perekonomian yang besar untuk masyarakat desa khususnya dalam menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat desa dan pemanfaatan SDA desa untuk berbagai sektor yang meningkatkan pendapatan desa (Ariyanto, 2024), selain Bumdes desa Jatirejo terdapat salah-satu Bumdes di Yogyakarta yaitu Bumdes Amarta yang berhasil mengolah sampah menjadi berbagai produk seperti pupuk kompos dan bekerja sama dengan para petani seperti produksi beras lokal desa Pandowoharjo serta industry rumah makan jejamuran yang mempromosikan menu jamur dalam bentuk kaleng melalui Bumdes Amarta, sehingga memunculkan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar yang dapat membantu perekonomian masyarakat (Desa, 2020), kesuksesan Bumdesa juga terlihat pada Bumdes Maju Berkah yang terletak di desa Gunungsari Lombok Barat, yang bergerak pada bidang usaha toko kebutuhan sehari-hari dengan omset 200 juta setiap bulannya atau 2,4 miliar setahun serta berhasil membuka cabang lain, sehingga semai kn memperbesar usaha bumdes, dengan adanya keberhasilan tersebut merupakan salah-satu bukti pengelolaan yang baik Bumdesa dapat mendukung perekonomian desa terutama dalam menyediakan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar.

Pengelolaan BUMDes di wilayah Bangkalan masih menghadapi berbagai kendala yang menunjukkan bahwa pelaksanaannya belum sepenuhnya sesuai dengan tujuan pembentukannya. Menurut- pernyataan anggota komisi A DPRD Bangkalan Bapak Mujiburohman mengatakan "BUMDes di Bangkalan belum paham masalah manajemen dan pengembangan usaha. Banyak pengelola BUMDes yang belum paham usaha milik desa". dari pernyataan bapak tersebut mengatakan masih banyak di bangkalan sendiri belum bisa mengelola BUMDes, masyarakat dibangkalan banyak beranggapan kalau BUMDes ini usaha milik sendiri bukan usaha milik desa. Tetapi berbeda dengan Desa Klampis Timur, pada desa tersebut sudah menerapkan dan bisa mengelola BUMDes sesuai dengan manajemen dan pengembangan usaha. Desa Klampis Timur juga mendapatkan pendampingan dalam mengelola BUMDes, dari hal tersebut masyarakat Klampis Timur banyak yang memiliki usaha dibidang barang dan jasa seperti las besi, pedagang jamu, toko sembako, konter handphone, pedagang jus dll. hanya saja kendalanya pada desa Klampis Timur kurangnya kemampuan editing dalam media promosi dan kemasan sehingga promosi produk kurang maksimal dan kemasan yang kurang menarik. Adapun solusi yang dapat diberikan salah satunya mengadakan pelatihan editing melalui aplikasi Canva, sebagaimana pelatihan yang dilakukan pada

rumah UMKM Labuhan batu oleh Abdul Karim dan Dwika Asrani dalam pemanfaatan aplikasi Canva untuk meningkatkan Promosi Produk Usaha UMKM dengan permasalahan yang sama tentang kurangnya kemampuan editing dalam pembuatan media promosi sehingga dilaksanakannya pelatihan desain menggunakan aplikasi canva (Karim & Asrani, 2024). Berdasarkan penjelasan diatas, maka pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan editing atau desain melalui canva sebagai sarana promosi usaha dan kemasan produk milik warga Desa Klampis Timur.

## METODE

Secara bahasa metode berasal dari bahasa Yunani, yaitu *methodos*. Kata ini berasal dari bahasa Yunani, yaitu *methodos*. Kata ini berasal dari dua suku kata, yang terdiri dari *metha* yang artinya “melewati” dan *hodos* yang berarti “jalan”. Oleh karena itu dapat disimpulkan metode adalah cara yang dilalui untuk mencapai suatu tujuan (Mastur, 2019). Adapun metode pelatihan yang digunakan adalah metode simulasi secara langsung. *Metode simulation* atau simulasi adalah situasi atau kejadian yang ditampilkan semirip mungkin dengan situasi yang sebenarnya, tetapi hanya merupakan tiruan dan para pelatih harus memberikan respon seperti dalam kejadian yang sebenarnya. Simulasi merupakan suatu teknik untuk mencontoh semirip mungkin terhadap konsep sebenarnya dari keahlian yang akan dikuasai (Najib, 2019). Jadi metode pelatihan yang digunakan adalah penyampaian materi melalui presentasi sekaligus melakukan praktek secara langsung melalui media handphone masing-masing. Hal ini dilakukan agar peserta dapat dipandu secara langsung sehingga tidak hanya mendengarkan materi melalui presentasi saja. Adapun kegiatan pelatihan canva dilakukan dengan melewati beberapa siklus kegiatan dalam manajemen pelatihan, meliputi persiapan dan pelaksanaan. Terdapat beberapa siklus kegiatan manajemen pelatihan diantaranya perencanaan program pelatihan, penentuan sasaran, pelaksanaan pelatihan, pengecekan, pengembangan pelatihan (Bernadheta, 2019). Adapun siklus pelatihan dapat dilihat dari gambar berikut:

### Gambar 1: Siklus Kegiatan Pelatihan

Dalam kegiatan pelatihan terdapat beberapa siklus yang terjadi selama kegiatan awal sampai akhir diantaranya: **Pertama** perencanaan dalam tahap ini adalah tahapan menentukan kebutuhan apa yang dibutuhkan, tahap ini bisa dilakukan dengan observasi dan wawancara kepada pihak yang bersangkutan. Selanjutnya setelah terkumpulnya data-data mengenai apa yang dibutuhkan dilanjut dengan penyusunan pola atau program pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan. Adapun tahapan ini dalam pelatihan desain ini kami melakukan kegiatan awal dengan melakukan observasi dan wawancara kepada pihak yang terkait. Adapun data awal yang dihasilkan adalah kurangnya kemampuan BUMDes Klampis Timur dan warga desa dalam membuat desain promosi dan desain kemasan yang belum sesuai dengan ketentuannya. Oleh

karena itu kami menyusun kegiatan pelatihan desain promosi produk lokal menggunakan aplikasi canva untuk masyarakat dan BUMDesa Klampis Timur. **Kedua** penentuan sasaran, dalam tahap ini setelah kami melakukan analisis kebutuhan awal dengan data yang didapatkan berupa kurangnya kemampuan desain editing dan promosi produk lokal, kami menentukan sasaran yang tepat untuk kegiatan pelatihan desain ini adalah masyarakat desa yang terdiri dari: guru, ibu rumah tangga yang mempunyai usaha, pengelola BUMDes, karang taruna. Dalam penentuan sasaran kegiatan ini kami juga memperhatikan kebutuhan-kebutuhan dari pihak-pihak yang dilibatkan seperti : guru yang memiliki kebutuhan untuk desain editing media pembelajaran, pamflet PPDB dan lainnya, ibu rumah tangga yang mempunyai usaha, yang memiliki kebutuhan desain editing usaha seperti usaha olahan ikan, jamu, toko, konter, las berupa desain logo, flayer promosi dan kemasan, BUMDes yang memiliki kebutuhan untuk desain editing flayer promosi, kemasan dan pengelolaan media sosialnya, karang taruna yang memiliki kebutuhan desain untuk usaha dan acara-acara desa.

**Ketiga** pelaksanaan, dalam tahap ini kami melaksanakan kegiatan pelatihan ini pada tanggal 21 Oktober 2024 dengan kegiatan pelatihan berupa pelatihan desain promosi menggunakan aplikasi canva, dengan pemateri Ibu Rif'atul Anita S.Pd., M.Pd Dosen Universitas Sidoarjo. Kegiatan diawali dengan pembukaan dan sambutan-sambutan, kemudian inti kegiatan dengan penjelasan materi oleh pemateri, kemudian pemberian tugas desain untuk kebutuhan masing-masing dan diakhiri dengan review hasil desain peserta dan penutup. **Keempat** pengecekan, dalam tahap ini kami melakukan pengecekan dengan mereview hasil desain peserta yang telah dikumpulkan di group peserta, kemudian memberikan apresiasi dan saran serta melakukan evaluasi terhadap semua peserta melalui pengisian google form mengenai survei kepuasan pelatihan canva di desa Klampis Timur. Kelima pengembangan pelatihan, dalam tahap ini kami belum melakukan program pelatihan selanjutnya untuk mengembangkan kemampuan peserta.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan canva dilakukan di balai Desa Klampis Timur pada hari Senin tanggal 21 Oktober 2024. Kegiatan pelatihan diadakan pada pagi hari jam 09.00 - selesai. Kegiatan ini diikuti oleh 40 peserta dengan rentang usia 23 - 40 tahun yang terdiri dari guru TK dan KB, anggota karang taruna, dan warga sekitar yang rata-rata memiliki usaha rumahan dan lainnya. Seperti usaha olahan petis, terasi, jamu, bengkel dan lainnya. Kegiatan awal yaitu pembukaan yang dibuka oleh MC formal lalu sambutan-sambutan oleh Kepala Desa Klampis Timur dan Dosen Pembimbing Lapangan yaitu Bapak Angga Fitriyono S.Pd., M.Pd. Kegiatan inti yaitu penyampaian materi pelatihan pembuatan desain canva diberikan oleh Pemateri Ibu Rif'atul Anita S. Pd., M.Pd. Sebelum masuk tentang cara membuat desain di canva pemateri menjelaskan kemasan yang sesuai dengan standar nasional yang baik dan benar. Dan memberikan contoh langsung dari contoh kemasan produk Bum Desa. Berikut gambar penyampaian materi dan contoh gambar produk BUMDes.

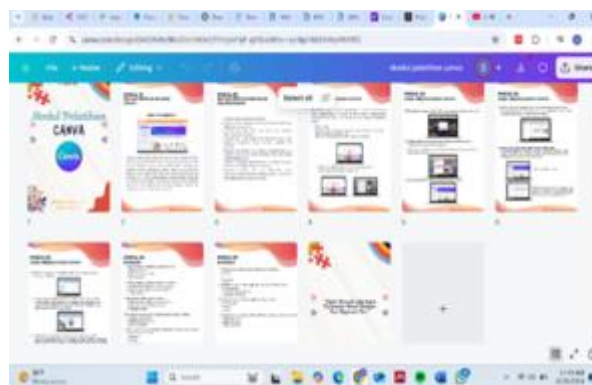


**Gambar 2:** Penyampaian materi standar kemasan produk



**Gambar 3:** contoh produk Bumdes

Setelah itu memasuki materi pembuatan desain canva mulai dari bagaimana login untuk masuk akun canva sampai ke cara penyimpanan setelah selesai membuat desain. Berikut merupakan materi dalam pelatihan canva dan penjelasan materi:



**Gambar 4:** Materi Desain Promosi Produk



**Gambar 5:** Penyampaian Materi Editing Canva

Setelah itu pemateri lanjut mencontohkan memberikan cara atau tutorial satu persatu membuat desain seperti stiker, flyer, logo, jadwal kegiatan untuk anak dan lain sebagainya, semua peserta diminta untuk mendesain sendiri sesuai dengan kebutuhannya dan didampingi oleh anggota kelompok KKN-T sebagai panitia. Berikut gambar kegiatan membuat desain di canva.



Gambar 6: Praktek Editing Canva

Desain yang dibuat oleh peserta bermacam-macam sesuai kebutuhan. Ada yang membuat stiker untuk usaha jamu, desain flyer untuk toko sembako, konter pulsa, bengkel las, serta jadwal dan pamflet untuk penerimaan peserta didik baru. Dari hasil yang sudah dibuat oleh peserta dikumpulkan melalui WA grup peserta. Berikut hasil karya desain peserta:



Gambar 7: Karya Peserta

Setelah dilakukan review tim KKN-T melakukan evaluasi survei kepuasan melalui pengisian google form dengan delapan pertanyaan, kami memberikan link survei kepuasan kepada peserta pelatihan untuk melihat sejauh mana tingkat keberhasilan kegiatan pelatihan. Melihat di tabel data 2, merupakan perhitungan dengan skala likert, dari delapan pertanyaan. Skala likert digunakan untuk mengukur skala positif dari pertanyaan positif, dan mengukur skala negatif dari pertanyaan negatif. Dengan menggunakan rumus indeks persentase adalah jumlah keseluruhan penjawab yang terpilih dikali pilihan nilai likert

Tabel 1. Pertanyaan & Presentase Hasil Skala Likert

No.	Pertanyaan	%
1.	Ketepatan waktu pelaksanaan pelatihan	74%
2.	Kejelasan penyampaian materi oleh pemateri	89%
3.	Kepuasan jawaban tanya jawab dari narasumber	91%
4.	Pengarahan saat praktik penggunaan canva dari narasumber	93%
5.	Kegiatan pelatihan secara interaktif	89%
6.	Pengetahuan setelah pelatihan semakin bertambah	93%
7.	Kualitas audio dan visual sangat baik	88%
8.	Kebermanfaatan pelatihan bagi peserta	95%

**Tabel 2.** Pertanyaan dan persentase hasil perhitungan dengan skala likert

Perhitungan Kuesioner Sesudah Pengabdian Masyarakat													
Media Daring Dengan Total Peserta : 20 Orang													
No	Skor					N-max	Jumlah skor					juml	%
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
1.	0	1	5	13	1	100	0	2	15	52	5	74	74 %
2.	0	1	1	6	12		0	2	3	24	60	89	89%
3.	0	0	1	7	12		0	0	3	28	60	91	91%
4.	0	0	1	5	14		0	0	3	20	70	93	93%
5.	0	0	0	11	9		0	0	0	44	45	89	89%
6.	0	0	1	5	14		0	0	3	20	70	93	93%
7.	0	0	2	8	10		0	0	6	32	50	88	88%
8.	0	0	0	5	15		0	0	0	20	75	95	95%
Jumlah Presentasi												712%	
Rerata Total (%)												89%	

Penjelasan tabel 2 menunjukkan bahwa ketepatan pelaksanaan pelatihan cukup tepat waktu dengan presentase nilai 74%, peserta merasa penyampaian penjelasan materi dari narasumber sangat memuaskan dengan nilai presentasi 89%, Kepuasan jawaban tanya jawab dari narasumber sangat memuaskan dengan nilai presentase 91%. Pengarahan saat praktik penggunaan canva dari narasumber sangat memuaskan sehingga peserta sangat antusias dengan nilai presentase 93 %, kepuasan penyampaian dan pembawaan pelaksanaan kegiatan yang sangat interaktif dengan nilai presentase 89%, kepuasan penyampaian materi yang mudah dipahami sehingga menambah pengetahuan peserta dengan nilai presentase 93%, kualitas audia dan visual yang sangat baik dengan nilai presentase 88%, peserta menilai kebermanfaatan pelatihan akan menambah pengetahuan dan kemampuan editing untuk segala keperluan usaha maupun Pendidikan, sehingga pelatihan ini dapat membantu masyarakat Klampis Timur dalam kemampuan editing dengan presentase nilai 95%. total hasil rata-rata dari pelatihan ini adalah 89% sehingga dapat dikatakan kegiatan pelatihan canva sangat memuaskan.

### KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas dapat menarik kesimpulan sebagai berikut. Kegiatan pelatihan canva sebagai media promosi produk lokal di Desa Klampis Timur memberikan manfaat kepada peserta yang mengikuti, yang awalnya peserta tidak tahu mengetahui manfaat dan cara mengedit menggunakan aplikasi canva menjadi tahu dan bisa memanfaatkan aplikasi canva untuk memajukan usaha yang mereka miliki mulai dari usaha konter, makanan, bengkel, jualan baju, jamu bahkan untuk jadwal Pelajaran dan media Pelajaran disekolah. Selain itu kegiatan pelatihan ini membuat peserta mengetahui seperti apa pengemasan yang sesuai dengan standart nasional yang baik dan benar. Kegiatan pelatihan canva ini mengajarkan pada peserta mulai dari cara mengunduh aplikasi canva di google store dan cara log in serta mencontohkan satu persatu sampai hasilnya selesai menyimpan, sehingga kegiatan pelatihan canva membuat peserta bisa membuat berbagai macam mulai dari flyer, stiker, logo, banner, jadwal Pelajaran dan lain-lain sesuai dengan usaha dan kebutuhan yang peserta butuhkan.

### REFERENSI

- Abdul Karim, & Asrani, D. (2024). Pemanfaatan aplikasi Canva untuk meningkatkan promosi produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(3), 279–285.
- Ariyanto, R. (2024). Menggerakkan ekonomi desa: Cerita sukses BUMDes Binangun Jati

- Unggul. Sedesa. [<https://sedesa.id/menggerakkan-ekonomi-desa-cerita-sukses-bumdes-binangun-jati-unggul/>](<https://sedesa.id/menggerakkan-ekonomi-desa-cerita-sukses-bumdes-binangun-jati-unggul/>)
- Astiti Ayu Gemugh Rasa, D. (2023). Pentingnya kemasan dalam pemasaran produk (Edisi pertama). Surabaya: SCOPINDO MEDIA PUSTAKA. [[https://books.google.co.id/books?id=qB\\_HEAAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=qB_HEAAAQBAJ)]([https://books.google.co.id/books?id=qB\\_HEAAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=qB_HEAAAQBAJ))
- Bernadheta, N. (2019). Manajemen pelatihan dan pengembangan (Edisi pertama). Jakarta Timur: Universitas Kristen Indonesia.
- Cenadi, C. S. (2000). Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *Nirmana*, 2(2), 92–103. [<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16056>](<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16056>)
- Christian, F. (2024). Product branding: Arti, keuntungan, dan contohnya. *ToffeeDev*. [<https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/product-branding-adalah/>](<https://toffeedev.com/blog/business-and-marketing/product-branding-adalah/>)
- Devina. (2021). Pengertian, fungsi, fitur, dan hal yang bisa dibuat pada aplikasi Canva. Devina & CO. [<https://devina.id/canva-pengertian-fungsi-fitur-dan-hal-yang-bisa-dibuat-pada-aplikasi-canva/>](<https://devina.id/canva-pengertian-fungsi-fitur-dan-hal-yang-bisa-dibuat-pada-aplikasi-canva/>)
- Gamaya, A., Mugi R, I. G., & Sari, D. A. P. L. (2021). Glory in white: Analogi arsitektur Hotel Majapahit dalam penciptaan busana dengan classic elegant style. *Style: Journal of Fashion Design*, 1(1), 1. [<https://doi.org/10.26887/style.v1i1.2107>](<https://doi.org/10.26887/style.v1i1.2107>)
- Hidayat, F. (2021). Branding jadi kendala utama pelaku UMKM. *Berita Satu*. [<https://www.beritasatu.com/ekonomi/806313/branding-jadi-kendala-utama-pelaku-umkm>](<https://www.beritasatu.com/ekonomi/806313/branding-jadi-kendala-utama-pelaku-umkm>)
- Lawrence, A. (2023). Pengertian, fitur dan cara menggunakan Canva. *Makin Rajin*. [<https://makinrajin.com/blog/canva-adalah/>](<https://makinrajin.com/blog/canva-adalah/>)
- Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Strategi pemasaran produk asuransi syariah. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(2), 80–89. [<https://doi.org/10.47467/mk.v21i2.882>](<https://doi.org/10.47467/mk.v21i2.882>)
- Mastur, F. (2019). Ragam metode mengajarkan eksakta pada murid (Edisi pertama). Jogjakarta: DIVA Press.
- Najib, M. (2019). Manajemen pendidikan & pelatihan (Edisi kedua). Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nurkhamid, M., Asmadewa, I., & Sukmono, R. (2022). Strengthening the capabilities of VOE's human resources through technical guidance and assistance to prepare financial statements. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(November), 86–98.
- Sri, A., & Dewi, K. (2014). Sebagai upaya dalam meningkatkan pendapatan asli desa (PADes) serta menumbuhkan perekonomian desa. *Jurnal Ekonomi Desa*, 5(1), 1–14.
- Tolan, M. S., Pelleng, F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh promosi terhadap

- keputusan pembelian di Online Shop Mita (Studi pada masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.
- Tunky, H., & Kohardinata, C. (2017). Perancangan desain kemasan pada merk keripik pisang Bananation di Surabaya. *Performa*, 1(5), 576–583. [<https://doi.org/10.37715/jp.v1i5.346>](<https://doi.org/10.37715/jp.v1i5.346>)
- Wijanarko, R. (n.d.). Cerita sukses desa: BUMDes Midang beromset miliaran rupiah. Lombok Barat. [<https://lombokbaratkab.go.id/cerita-sukses-desa-bumdes-midang-beromset-miliaran-rupiah/>](<https://lombokbaratkab.go.id/cerita-sukses-desa-bumdes-midang-beromset-miliaran-rupiah/>)
- Wulandari, T. B., Padmaningrum, D., & Winarno, J. (2023). Fungsi Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai upaya meningkatkan perekonomian Desa Kaliwedi Kecamatan Gondang, Sragen. *Journal of Integrative Agricultural Socio-Economics and Entrepreneurship Research*, 1(2), 12. [<https://doi.org/10.26714/jiasee.1.2.2023.12-18>](<https://doi.org/10.26714/jiasee.1.2.2023.12-18>)