

OPTIMALISASI CANVA SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PRODUK BAGI PELAKU UMKM JAJANAN TRADISIONAL

Herdawati¹, dan Hardianti Hafid²

¹Akutansi Manajerial, Politeknik Negeri Ujung Pandang
email: herdawati77@poliupg.ac.id

²Statistika, Universitas Negeri Makassar
email: hardiantihf@unm.ac.id

Abstract

Small, and Medium Enterprises (SME) play a crucial role in both the global and local economies, including in Indonesia. One popular type of MSME is traditional snack businesses, which hold high cultural value and unique flavors. However, traditional snack SME often encounter challenges in marketing their products, especially due to limited access and knowledge of social media and graphic design skills. In addressing these challenges, the use of Canva as a graphic design tool becomes relevant. This research aims to deepen the utilization of Canva in enhancing sales promotion for traditional snack SME, particularly in Makassar City. Through literature review and needs identification, training and implementation of Canva were conducted for one traditional snack MSME in Makassar. The results show that SME have successfully improved their knowledge and skills in using Canva, resulting in more attractive and professional promotional materials. Collaboration among SME also played a significant role in the successful implementation of Canva. Although there are still challenges to be addressed, the use of Canva has great potential in supporting the growth and sustainability of traditional snack SME. Therefore, the utilization of Canva as a product marketing strategy for traditional snack SME is worthy of further exploration and expansion.

Keywords: *Canva, SME, Marketing Challenge.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian global maupun lokal. UMKM menjadi tulang punggung ekonomi di berbagai negara, memperkuat ketahanan ekonomi dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Di Indonesia, sektor UMKM juga memiliki kontribusi yang signifikan dalam menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat, utamanya dalam peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja khususnya di sektor kuliner (Sarfiyah et al., 2019).

Salah satu jenis UMKM yang cukup populer adalah bisnis jajanan tradisional. Jajanan tradisional menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya dan identitas lokal di Indonesia. Mulai dari kue-kue tradisional, makanan ringan, hingga

minuman khas, beragam jajanan tradisional dapat ditemui di setiap daerah dengan cita rasa yang khas dan warisan budaya yang kaya.

Meskipun memiliki nilai budaya dan cita rasa yang tinggi, pelaku UMKM jajanan tradisional seringkali menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka. Promosi penjualan menjadi salah satu aspek krusial yang seringkali menjadi hambatan bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka. Kurangnya dukungan menjadi hambatan bagi perkembangan usaha kecil, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi dan peningkatan sumber daya manusia (Rohendi et al., 2023). Selain itu, terbatasnya akses dan pengetahuan tentang media promosi modern, seperti media sosial dan desain grafis, seringkali

menjadi kendala yang signifikan bagi pelaku UMKM jajanan tradisional.

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, serta popularitas media sosial sebagai platform promosi yang efektif, peluang untuk meningkatkan promosi penjualan bagi pelaku UMKM jajanan tradisional semakin terbuka lebar. Salah satu alat yang dapat dimanfaatkan dengan baik adalah Canva.

Canva telah menjadi salah satu alat desain grafis yang sangat populer, terutama di kalangan pelaku bisnis kecil dan menengah. Canva memiliki antarmuka yang intuitif dan beragam fitur yang mudah digunakan (Hafid et al., 2023), sehingga memungkinkan siapa pun, termasuk pelaku UMKM jajanan tradisional, untuk membuat desain visual yang menarik dan profesional tanpa memerlukan keterampilan desain yang rumit.

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membantu memperdalam pemanfaatan Canva sebagai upaya peningkatan promosi penjualan bagi pelaku UMKM jajanan tradisional, dalam mendukung strategi pemasaran UMKM jajanan tradisional, serta mengoptimalkan penggunaan Canva untuk menciptakan materi promosi yang efektif dan menarik bagi konsumen.

IDENTIFIKASI MASALAH

Meskipun bisnis jajanan tradisional memiliki potensi besar untuk berhasil di pasar lokal maupun global, pelaku UMKM dalam industri ini sering menghadapi sejumlah masalah yang membatasi kemampuan mereka untuk meningkatkan promosi penjualan.

Masalah yang dirasakan oleh pelaku UMKM jajanan tradisional yaitu terbatasnya pengetahuan tentang media sosial. Banyak pelaku UMKM jajanan tradisional kurang memahami potensi dan kekuatan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Akibatnya, mereka

cenderung kurang aktif atau kurang efektif dalam memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan produk mereka.

Pelaku UMKM jajanan tradisional juga tidak memiliki keterampilan atau pengalaman dalam desain grafis, sehingga mereka kesulitan untuk menciptakan materi promosi yang menarik dan berkualitas. Padahal keterbatasan keterampilan desain grafis untuk membuat desain visual yang menarik dan profesional dapat sangat meningkatkan daya tarik promosi produk.

Adanya biaya promosi yang tinggi, sebagian pelaku UMKM jajanan tradisional mungkin memiliki anggaran promosi yang terbatas. Biaya untuk menyewa jasa desain grafis profesional atau memasang iklan konvensional bisa sangat mahal bagi bisnis skala kecil, sehingga membatasi kemampuan mereka untuk melakukan promosi secara efektif.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan program pengabdian ini dilakukan dengan beberapa tahapan. Tahapan awal dilakukan survei atau wawancara dengan pelaku UMKM jajanan tradisional di Kota Makassar yaitu kue tampah untuk mengidentifikasi kebutuhan mereka dalam hal pemasaran. Kemudian mengidentifikasi tingkat pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM jajanan tradisional tersebut dalam menggunakan *platform digital* seperti Canva serta hambatan atau tantangan yang mereka hadapi dalam pemasaran produk.

Setelah direncanakan program tersebut, maka dilakukan penelitian dan studi literatur tentang penggunaan Canva dalam pemasaran produk melalui penelitian terdahulu, artikel, dan sumber daya lainnya yang relevan dengan kegiatan pengabdian. Kemudian mengidentifikasi strategi dan praktik terbaik dalam menggunakan Canva untuk pemasaran produk.

Pada tahap pelaksanaan, mitra yaitu pegawai Kue Tampah diperkenalkan terlebih dahulu dengan fitur-fitur penting yang terdapat didalam aplikasi Canva. Dibekali juga teknik desain grafis dasar serta contoh penggunaan canva untuk promosi produk di media sosial.

Setelah dilakukan pengenalan fitur, kemudian para pegawai mempraktekkan penggunaan canva untuk membuat desain grafis yang dibutuhkan dalam mempromosikan produk yang dijual di media sosial Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan pelaku UMKM jajanan tradisional yaitu Kue Tampah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam menggunakan platform Canva untuk keperluan pemasaran produk, memahami fitur-fitur Canva serta menerapkan teknik desain yang efektif dalam pembuatan materi promosi, seperti poster, brosur, dan konten media sosial.



Gambar 1. Pengenalan Fitur-Fitur Canva

Menurut Riyantoko, dkk (2022) terdapat beberapa kelebihan dari penggunaan aplikasi Canva yaitu 1) *Easy Use*; mudah digunakan oleh pengguna untuk membuat berbagai desain, 2) banyak tersedianya berbagai pilihan tulisan, warna, ukuran, gambar, dengan berbagai pilihan format gambar *jpeg*, *gif*, *png*, dan 3) dapat digunakan diberbagai media seperti handphone dengan sistem android atau iOS, ataupun dengan menggunakan laptop melalui *browser*.

Dengan banyaknya kemudahan tersebut penggunaan aplikasi Canva dapat menjadi strategi yang baik untuk meningkatkan strategi pemasaran.



Gambar 2. Praktik Desain Canva

Seiring dengan hal tersebut, kualitas materi pemasaran yang dibuat oleh mereka mengalami peningkatan yang signifikan, menjadi lebih menarik dan profesional. Hal ini akan membawa dampak positif pada bisnis mereka dengan meningkatkan keterlibatan pelanggan, seperti lebih banyak likes, komentar, dan berbagi pada postingan media sosial mereka. Adanya daya tarik dikarenakan konten promosi yang menarik membuat nilai tawar calon pembeli untuk melihat konten dan akhirnya memutuskan untuk membeli (Sholeh dkk, 2020).



Gambar 3. Hasil Desain Canva

Kolaborasi antara pelaku UMKM juga menjadi kunci keberhasilan, dimana mereka secara aktif berbagi pengalaman dan mendukung satu sama lain dalam penerapan strategi pemasaran menggunakan canva. Meskipun demikian, tantangan dalam mengadopsi teknologi baru dan memahami konsep desain masih

menjadi hal yang perlu diatasi, dan dukungan lanjutan serta identifikasi solusi untuk mengatasi hambatan tersebut masih dibutuhkan. Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan potensi besar Canva sebagai alat pemasaran yang efektif bagi pelaku UMKM jajanan tradisional dalam meningkatkan eksposur dan penjualan produk mereka serta memperkuat komunitas bisnis lokal.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat diketahui bahwa penggunaan Canva dapat membawa dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan pemasaran produk mereka. Melalui pelatihan dan implementasi Canva, pelaku UMKM berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam desain grafis serta pemasaran digital. Hasilnya, kualitas materi pemasaran mereka meningkat secara substansial, menghasilkan konten yang lebih menarik dan profesional. Selain itu, penggunaan Canva telah membantu meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui media sosial, yang pada gilirannya meningkatkan kesadaran merek dan penjualan produk. Meskipun masih ada beberapa tantangan dalam mengadopsi teknologi baru dan memahami konsep desain, kegiatan ini menunjukkan bahwa canva adalah alat yang efektif dan dapat diakses bagi pelaku UMKM untuk memperluas pangsa pasar dan memperkuat bisnis mereka. Dengan demikian, kesimpulan ini menegaskan potensi besar Canva dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Kue Tampah Official Makassar Sulawesi Selatan yang telah bersedia menjadi mitra dalam pelaksanaan kegiatan ini, serta semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan

pengabdian kepada masyarakat ini sehingga dapat berjalan dengan lancar.

REFERENSI

- Hafid, H., Meliyana R., S. M., Pratama, M. I., & Hamka, R. A. (2023). Optimalisasi Media Sosial Sanggar Seni Budaya Saorajae Sulawesi Selatan melalui Pemanfaatan Canva sebagai Aplikasi Desain Grafis. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 29–33. <https://journal.unm.ac.id/index.php/JHP2M/article/view/134>.
- Riyantoko, P. A., Fahrudin, T. M., Sa'diyah, I., Ansori, N. A. V., Atnanda, P. A., & Alamsyah, R. B. (2022). Pemanfaatan aplikasi canva sebagai media pemasaran di kampung kue Surabaya. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 198-203.
- Rohendi, A., Handayani, N., Iskandar, I., Rahmawati, G., & ... (223). Strategi Penjualan Aneka Jajanan Tradisional Pada Komunitas Binangkit. 40–46. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsa/article/view/1074%0Ahttps://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsa/article/download/1074/676>.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>.
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya mempromosikan hasil produk UKM. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430-436.