

## Pendampingan UMKM melalui pengembangan identitas usaha dalam meningkatkan keterampilan menggunakan aplikasi Canva

Salwa Sensio Ayu Pramesti\*, Moh. Ubaidillah

Universitas PGRI Madiun, Indonesia

\*) Korespondensi (e-mail: [salwasensioap@gmail.com](mailto:salwasensioap@gmail.com))

*Received: 28-November-23; Revised: 27-December-23; Accepted: 30-December-23*

### Abstract

Rapid technological developments in the digital era have created new habits, such as moving all types of activities online. In this digital era, people are more interested in choosing fast and easy methods. Therefore, MSME players must act more quickly and efficiently to keep pace with current developments. Based on this, MSME actors must be responsive to changes. However, in reality, there are still many MSME entrepreneurs who still need help utilizing existing technology. This condition makes it difficult for MSMEs to compete with competitors. One strategy that can be implemented is to emphasize business identity, such as a name, logo, symbol, or a combination of these, which aims to identify a product or service and differentiate it from competitors. Based on the problems above, community service activities were carried out using implementation methods in the form of training, mentoring, and implementing business identity strategies. From the results of community service, the program ran smoothly and effectively because MSMEs gained knowledge and skills they had never obtained before.

Keywords: Canva App, MSME identity, Digital era

### Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat di era digital telah menciptakan kebiasaan-kebiasaan baru, seperti mengalihkan segala jenis aktivitas secara online. Di era digital ini, masyarakat lebih tertarik untuk memilih cara yang cepat dan mudah. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus bertindak lebih cepat dan efisien untuk mengikuti perkembangan saat ini. Berdasarkan hal tersebut, pelaku UMKM harus tanggap terhadap perubahan. Namun kenyataannya masih banyak pengusaha UMKM yang masih membutuhkan bantuan dalam memanfaatkan teknologi yang ada. Kondisi ini membuat UMKM sulit bersaing dengan kompetitor. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah dengan menonjolkan identitas bisnis, seperti nama, logo, simbol, atau kombinasi dari semuanya, yang bertujuan untuk mengidentifikasi suatu produk atau jasa dan membedakannya dari pesaing. Berdasarkan permasalahan di atas maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan metode implementasi berupa pelatihan, pendampingan, dan penerapan strategi identitas usaha. Dari hasil pengabdian kepada masyarakat, program berjalan dengan lancar dan efektif karena UMKM mendapatkan ilmu dan keterampilan yang belum pernah mereka peroleh sebelumnya.

Kata kunci: Aplikasi Canva, Identitas UMKM, Era digital

*How to cite:* Pramesti, S. S. A., & Ubaidillah, M. (2023). Pendampingan UMKM melalui pengembangan identitas usaha dalam meningkatkan keterampilan menggunakan aplikasi Canva. *Penamas: Journal of Community Service*, 3(2), 58–65. <https://doi.org/10.53088/penamas.v3i2.691>

## 1. Pendahuluan

Pengabdian Masyarakat merupakan kegiatan yang bertujuan untuk membantu memberi solusi terhadap permasalahan nyata yang terjadi di Masyarakat. Seperti halnya kegiatan pengabdian Masyarakat di Dusun Doragan, Desa Munggut, Kecamatan Wungu, Kabupaten Madiun ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan pelaku UMKM agar mereka dapat bersaing lebih efektif di pasar yang semakin berkembang dan kompetitif.

Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disebut UMKM adalah kata yang sudah tidak asing lagi di telinga Masyarakat Indonesia. Namun masih banyak sekali masyarakat Indonesia yang belum benar-benar memahami apa itu UMKM, yang diketahui masyarakat umum ketika mendengar kata UMKM hanya sebatas unit usaha kecil. Secara sederhana pengertian UMKM adalah suatu usaha perdagangan yang dikelola oleh orang-perorangan atau berbentuk badan usaha yang kegiatan usahanya pada lingkup kecil atau juga mikro. UMKM juga dapat diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang memiliki omzet penjualan tahunan paling banyak, yakni Rp.1.000.000.000,- dan milik warga negara Indonesia (Ariyanto et al., 2021).

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, antara lain; penyedia lapangan kerja, pencipta pasar baru, pelaku penting dalam perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, dan kontribusinya besar terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) dan neraca pembayaran. UMKM memiliki kontribusi besar terhadap PDB yaitu 61,97% dari total PDB nasional atau setara dengan Rp. 8.573,89 triliun pada tahun 2020. Selain itu, pada tahun 2020 UMKM menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar yaitu 97% dari daya serap dunia usaha. Jumlah UMKM yang banyak berbanding lurus dengan banyaknya lapangan pekerjaan di Indonesia sehingga UMKM memiliki andil besar dalam penyerapan tenaga kerja (Hidayat et al., 2022).

Untuk mempertahankan besarnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional, maka juga penting untuk menjaga eksistensi UMKM. Adapun upaya untuk menjaga eksistensi UMKM antara lain dengan melakukan pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi. Tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global dengan cara meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM, utamanya agar dapat bersaing dengan produk produk asing yang kian membajiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Rahmawati & Atmojo, 2021).

Pada era yang maju seperti saat ini, dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat masih banyak pelaku UMKM yang kurang memahami pengetahuan tentang teknologi digital khususnya dalam hal mengeksplorasi merek dan desain kemasan sebagai identitas usaha (Fadhillah & Yuniarti, 2023). Hal tersebut dikarenakan masih banyak pelaku UMKM yang memiliki sumber daya manusia rendah. Untuk meningkatkan sumber daya manusia pelaku UMKM, penting untuk memahami pentingnya sebuah identitas usaha, yakni sebagai sarana komunikasi untuk

memperkenalkan, menyampaikan informasi serta menjadikan hal pembeda antara jasa atau produk (Wijaya et al., 2020).

Salah satu contoh pelaku UMKM yang mengalami kendala tersebut yaitu Ibu Suprpti yang tinggal di Dusun Doragan, Desa Munggut, Kecamatan Wungu, Kabupaten Madiun. Beliau merupakan pelaku UMKM yang memiliki usaha berjualan sayur mentah. Karena tempat tinggal beliau yang berada jauh dari kota, dan Masyarakat sekitarnya cenderung kurang paham mengenai teknologi digital. Sehingga hal tersebut membuat beliau kesulitan untuk mempelajari perkembangan teknologi digital. Teknologi digital sendiri memiliki arti sebuah teknologi informasi yang lebih mengutamakan kegiatan dilakukan secara komputer/digital dibandingkan menggunakan tenaga manusia. Tetapi lebih cenderung pada sistem pengoprasian yang serba otomatis dan canggih dengan system komputeralisasi/format yang dapat dibaca oleh computer (Danuri, 2019).

Berdasarkan problematika di atas dapat dilihat bahwa pelaku UMKM tersebut membutuhkan bantuan berupa pelatihan mengenai teknologi digital. Sehingga penulis tertarik untuk memberikan bantuan berupa pelatihan desain canva untuk mengeksplorasi merek yang tercantum pada banner serta mengeksplorasi desain kemasan pada suatu produk. Dengan adanya pelatihan tersebut diharapkan dapat bermanfaat untuk mengembangkan usahanya agar mudah dikenal.

## **2. Metode Pengabdian**

Metode pelaksanaan pada pengabdian ini adalah memberikan pelatihan, pendampingan, dan penerapan strategi usaha menggunakan aplikasi canva dalam upaya mengembangkan identitas usaha. Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Dusun Doragan, Desa Munggut, Kecamatan Wungu, Kabupaten Madiun selama satu bulan pada bulan November. Kegiatan ini diikuti oleh pelaku UMKM yang merupakan seorang penjual sayur di daerah pedesaan. Tahapan dalam kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi empat aktivitas, yaitu observasi, penyampaian materi serta review materi, praktik, dan penutup.

Secara singkat penjelasan mengenai mengenai empat aktivitas selama kegiatan pengabdian berlangsung yaitu yang pertama observasi, dalam kegiatan tersebut penulis berkenalan dengan pelaku umkm baik mengenai personal maupun tentang usaha pelaku umkm, yang kedua penyampain materi dan review materi, dimana ini saat penulis menyampaikan materi yang telah disiapkan sesuai hasil observasi serta mereview dengan cara memastikan melalui bertanya apakah masih ada yang kurang paham dari materi yang telah disampaikan penulis, yang ketiga yaitu praktik, saat kegiatan praktik penulis dan pelaku UMKM mempraktikkan materi yang sebelumnya telah dipelajari, biasanya dengan praktik membuat desain melalui aplikasi canva, yang terakhir yaitu penutup, saat ini merupakan hasil pengimplementasian dari praktik yang telah dilakukan sebelumnya, di mana hasilnya bisa berupa banner, stiker, desain kemasan (tergantung kebutuhan pelaku UMKM).

Selama kegiatan pengabdian berlangsung, dalam penyampaian materi hingga praktik dengan pelaku UMKM menggunakan aplikasi canva. Alasan penulis memilih aplikasi canva sebagai media pembelajaran yaitu karena akses dan pengoperasian aplikasi canva mudah dipahami dan ekonomis (Rahmawati & Atmojo, 2021). Adapun desain yang dapat dibuat di aplikasi canva antara lain, logo, poster, banner iklan, sertifikat (Sholeh et al., 2020).

### 3. Hasil Pengabdian

Pelaku UMKM yang didampingi oleh penulis merupakan seorang penjual aneka sayur mentah, yang mana sebagian barang dagangannya merupakan hasil dari kebun sendiri. Selain menjual aneka sayur mentah, pelaku UMKM juga menjual aneka bahan-bahan dapur, yang beliau beli di pasar dekat tempat tinggalnya. Meskipun lokasi berjualan beliau berada di pedesaan, namun usahanya selalu laris karena produk yang dijual selalu segar dan memiliki harga yang relatif murah, sehingga tidak hanya tetangga sekitar yang membeli sayur di tempat beliau, melainkan ada beberapa warga yang berasal dari desa yang berbeda selalu menjadi langganan di tempat berjualan pelaku UMKM. Sebelum adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, warung beliau belum memiliki banner dan dalam kemasan produk beliau belum terdapat stiker sebagai desain kemasan. Meskipun usaha beliau berada di pedesaan, namun banner dan stiker sangat penting untuk menunjang usahanya agar lebih menarik dan mudah dikenali oleh banyak orang.



Gambar 1. Penulis mengobservasi usaha pelaku UMKM

Dalam pelaksanaan pengabdian Masyarakat kepada pelaku UMKM, Adapun beberapa tahapan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Observasi, secara umum observasi merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan (Mania, 2008). Dalam aktivitas ini penulis melakukan kegiatan penulis mengidentifikasi usaha yang dijalani nasabah dan ditulis dalam sebuah pendekatan sekaligus observasi kepada pelaku UMKM Warung Aneka Sayur yang akan didampingi selama empat kali dalam satu bulan. Dalam aktivitas ini analisis SWOT. Dilakukannya analisis SWOT sendiri memiliki tujuan untuk menganalisa mengenai kekuatan, kelemahan serta keunggulan kompetitif yang dimiliki pelaku UMKM yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal usahapelaku UMKM, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal usaha pelaku UMKM (Nisak, 2013). Dari hasil observasi yang dibutuhkan pelaku UMKM agar usahanya semakin dikenal yaitu dengan memasang banner pada warungnya, serta memperbaiki desain kemasannya. Meskipun tempat usaha pelaku UMKM berada di pedesaan, justru solusi ini merupakan solusi yang tepat agar dapat memperluas jangkauan pembeli yang tidak hanya berasal dari sekitar lingkungan pedesaan tempat pelaku UMKM tinggal.
2. Penyampaian Materi serta Review Materi, dalam aktivitas ini penulis melakukan kegiatan pengajaran materi yang materinya telah disiapkan kemudian pelaku UMKM menyimak materi yang telah disampaikan oleh penulis. Setelah penulis selesai menyampaikan materi, kegiatan selanjutnya yaitu mereview materi. Biasanya dalam sesi ini, penulis menawarkan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk memberikan pertanyaan seputar materi yang telah disampaikan dan akan langsung menjawabnya.



Gambar 2. Penulis menyampaikan serta mereview materi



3. Praktik, dalam aktivitas ini merupakan kegiatan ketika pelaku UMKM mengimplementasikan materi yang telah berikan penulis. Kegiatan yang dilaksanakan yaitu membuat desain banner dan stiker melalui aplikasi canva. Di sini penulis memberikan kebebasan kepada pelaku UMKM untuk berkreasi dalam memilih tulisan, gambar, warna ketika mendesain banner dan stiker yang akan dicetak. Dengan catatan, karakter, simbol, dan elemen desain lainnya seperti warna yang dipilih harus menunjukkan sebuah identitas usaha dari bisnis tersebut.



Gambar 3. Penulis mendesain banner dan stiker bersama

4. Penutup, dalam aktivitas ini merupakan kegiatan penyerahan banner dan stiker yang telah didesain sebelumnya, sekaligus pemasangan banner pada warung milik pelaku UMKM dan pemasangan stiker pada kemasan produk usaha pelaku UMKM agar terlihat sebuah perbedaan antara sebelum melakukan pendampingan dengan setelah melakukan pendampingan.



Gambar 4. Penulis menyerahkan hasil desain yang telah dicetak

Setelah berlangsungnya kegiatan pendampingan, tampilan warung dan desain kemasan terlihat lebih menarik. Hal itu akan menambah daya tarik pembeli untuk terus berlangganan di tempat usaha pelaku UMKM dan dapat memperluas jaringan pembeli. Diharapkan dengan adanya perubahan yang membawa kebaikan ini, usaha pelaku UMKM akan semakin banyak orang yang mengenal usaha pelaku UMKM, khususnya orang-orang yang berada di luar daerah tempat tinggal pelaku UMKM.

#### 4. Kesimpulan

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan pelaku UMKM melalui pengembangan identitas usaha menggunakan aplikasi Canva memiliki dampak positif yang signifikan. Pelaku UMKM di Kecamatan Wungu, Kabupaten Madiun, berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola identitas usaha. Dengan memanfaatkan teknologi Canva, pelaku UMKM mampu menciptakan identitas usaha yang kreatif dan menarik tanpa memerlukan keahlian desain yang tinggi.

Setelah melalui proses pendampingan dalam pengabdian masyarakat ini, adapun saran untuk pelaksanaan kegiatan yang di waktu yang akan datang yaitu, melakukan pemantauan dan evaluasi dampak program pemberdayaan dalam jangka panjang untuk memahami perubahan yang terjadi pada tingkat ekonomi, daya saing, dan keberlanjutan usaha pelaku UMKM.

#### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tulus atas dukungan dan partisipasi yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Keberhasilan program ini tidak terlepas dari kontribusi berbagai pihak yang telah turut serta dalam upaya meningkatkan pengembangan potensi masyarakat. Terima kasih kepada Bapak Ubaidillah yang telah memberikan dukungan selama penulis mengerjakan jurnal abdimas ini. Dukungan ini telah menjadi pendorong utama dalam menyelesaikan tulisan ini agar bermanfaat positif bagi masyarakat. Tak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Suprpti selaku pelaku UMKM yang telah berperan aktif dalam setiap tahap kegiatan.

#### Referensi

- Ariyanto, A., Andi, D., Abid, M., Oktavianti, N., Amelia, R. W., Wiguna, M., Safih, A. R., Purwanti, Wijoyo, H., & Devi, W. S. G. R. (2021). *Entrepreneurial Mindsets and Skills*. Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri.
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2).
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291–298.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*,

3(6), 6707–6714.

Mania, S. (2008). Observasi sebagai alat evaluasi dalam dunia pendidikan dan pengajaran. *Lentera Pendidikan: Jurnal Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan*, 11(2), 220–233.

Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468–476.

Rahmawati, F., & Atmojo, I. R. W. (2021). Analisis media digital video pembelajaran abad 21 menggunakan aplikasi canva pada pembelajaran IPA. *Jurnal Basicedu*, 5(6), 6271–6279.

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.

Wijaya, M. H., Pujiyanto, P., & Wibawa, M. (2020). Sebuah Perancangan Brand Identity Industri Kecil Menengah “Pawone Unin” sebagai Identitas Usaha Katering di kota Malang. *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(2), 67–77.