

Pelatihan Canva untuk Peningkatan *Branding* Visual UMKM di Kabupaten Bandung

Dian Putrawangsa, Audria Ineswari Mulya Marhadi,

Patricia Billyana Jean Rudiyanto, Hilarion Geraldus

Program Studi Sarjana Bisnis Digital, Universitas Santo Borromeus, Padalarang, Indonesia

*Penulis korespondensi: dian@ustb.ac.id

Dikirim : 2 Desember 2025

Direvisi : 9 Desember 2025

Diterima : 10 Desember 2025

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran besar dalam perekonomian di Indonesia, namun banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan desain visual secara optimal. Pelatihan aplikasi desain Canva dirancang untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam membuat materi promosi visual. Program ini melibatkan 10 pelaku UMKM di Kabupaten Bandung dengan 60% peserta adalah perempuan selama satu hari. Metode pembelajaran bersifat partisipatif dengan tahapan pre-test, pelatihan teori dan praktik desain Canva, pendampingan langsung, dan post-test. Instrumen evaluasi berupa kuesioner pre-test dan post-test serta lembar observasi. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test (skala 0 – 100) serta penilaian kualitatif. Hasil menunjukkan peningkatan skor rata-rata dari 51 menjadi 75 (kenaikan 47%). Uji Wilcoxon menghasilkan $p\text{-value} = 0,0019$ yang menandakan peningkatan signifikan. Peserta berhasil membuat berbagai materi promosi, seperti logo, poster, dan brosur. Pada pelatihan ini, peserta juga mendapatkan buku panduan pembuatan banner/flyer yang dapat digunakan untuk panduan pribadi. Feedback peserta sangat positif dengan rata-rata kepuasan 4,3 dari 5 yang mengindikasikan pelatihan efektif meningkatkan kreativitas visual peserta. Temuan ini konsisten dengan literatur bahwa pelatihan desain sederhana meningkatkan keahlian peserta secara signifikan. Program pelatihan sejenis direkomendasikan untuk dilanjutkan dengan pendampingan lanjutan bagi UMKM lain dan dukungan infrastruktur digital seperti perangkat fisik serta internet.

Kata kunci: Canva, desain grafis, digital marketing, UMKM, visual branding

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are key contributors to Indonesia's economy, yet many have limited proficiency in visual design for marketing purposes. This study describes a one-day Canva-based design training aimed at strengthening MSMEs' ability to develop visual promotional content. The program engaged 10 MSME owners in Bandung Regency, 60% of whom were women, using a participatory learning approach. Training activities included a pre-test, theoretical and practical Canva sessions, direct mentoring, and a post-test. Data were collected through pre- and post-test questionnaires, observation sheets, and qualitative assessment. Learning outcomes were measured on a 0–100 scale. The findings revealed a notable increase in the mean score from 51 to 75, representing a 47% improvement. Statistical analysis using the Wilcoxon test produced a $p\text{-value}$ of 0.0019, confirming a significant enhancement in participants' competencies. Participants were able to create various promotional outputs, including logos, posters, and brochures, and received a practical guidebook on banner and flyer design for independent use. Overall satisfaction was high, with an average rating of 4.3 out of 5, indicating the program's effectiveness in fostering visual creativity. These results align with previous studies highlighting the positive impact of basic design training. Continued programs with sustained mentoring and improved digital infrastructure are therefore recommended.

Keywords: Canva, digital marketing, graphic design, MSME, visual branding

1. Pendahuluan

UMKM merupakan pilar utama ekonomi nasional dengan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat (2025) menunjukkan bahwa Kabupaten Bandung menempati posisi ke-3 untuk kota atau kabupaten dengan jumlah UMKM terbanyak yang ada di Jawa Barat dengan jumlah sebesar 46.614 usaha pada tahun 2023. Keberadaan UMKM tidak hanya menopang perekonomian lokal tetapi juga membentuk lapangan kerja yang luas. Di sisi lain, banyak pelaku UMKM menghadapi tantangan adaptasi dan adopsi teknologi. Menurut sebagian besar pelaku UMKM di Indonesia, mereka mengalami kesulitan untuk mengakses teknologi digital, salah satunya untuk melakukan pemasaran digital karena masih kurangnya pemahaman dan minimnya dukungan dari pihak eksternal. UMKM yang memiliki keterbatasan tersebut cenderung menjadi tidak mampu beradaptasi dengan adanya digitalisasi dan perkembangan teknologi sehingga bisnis atau usahanya tidak mengalami kemajuan.

Maka dari itu, sangat diperlukan adanya pelatihan yang dapat memberikan wawasan, ilmu, dan pengetahuan bagi pelaku UMKM untuk dapat memanfaatkan *platform* digital, dalam melakukan pemasaran digital secara praktis. Pada era digital ini, kemampuan memanfaatkan *platform online* menjadi kunci besar dalam keberlanjutan usaha (Haryanto & Setiawan, 2023). Namun, riset menunjukkan bahwa literasi digital dan desain visual pada UMKM di Indonesia sangat rendah, dengan sebagian besar belum akrab dengan aplikasi desain modern (Azzahra dkk., 2025; Sumaryanto dkk., 2025).

Branding dan identitas visual merupakan aspek penting dalam persaingan pasar. Identitas merek, seperti logo, kemasan, dan tampilan promosi membantu produk lebih dikenali konsumen dan membangun asosiasi secara emosional (Rizieq dkk., 2025). Desain yang menarik terbukti memengaruhi niat beli konsumen (Zettira dkk., 2022). Octory dkk. (2024) menjelaskan bahwa pelatihan *branding digital* dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM hingga lebih dari 30% dalam enam bulan, sehingga UMKM perlu memperbarui strategi visual mereka agar lebih kompetitif (Nurbadillah dkk., 2025).

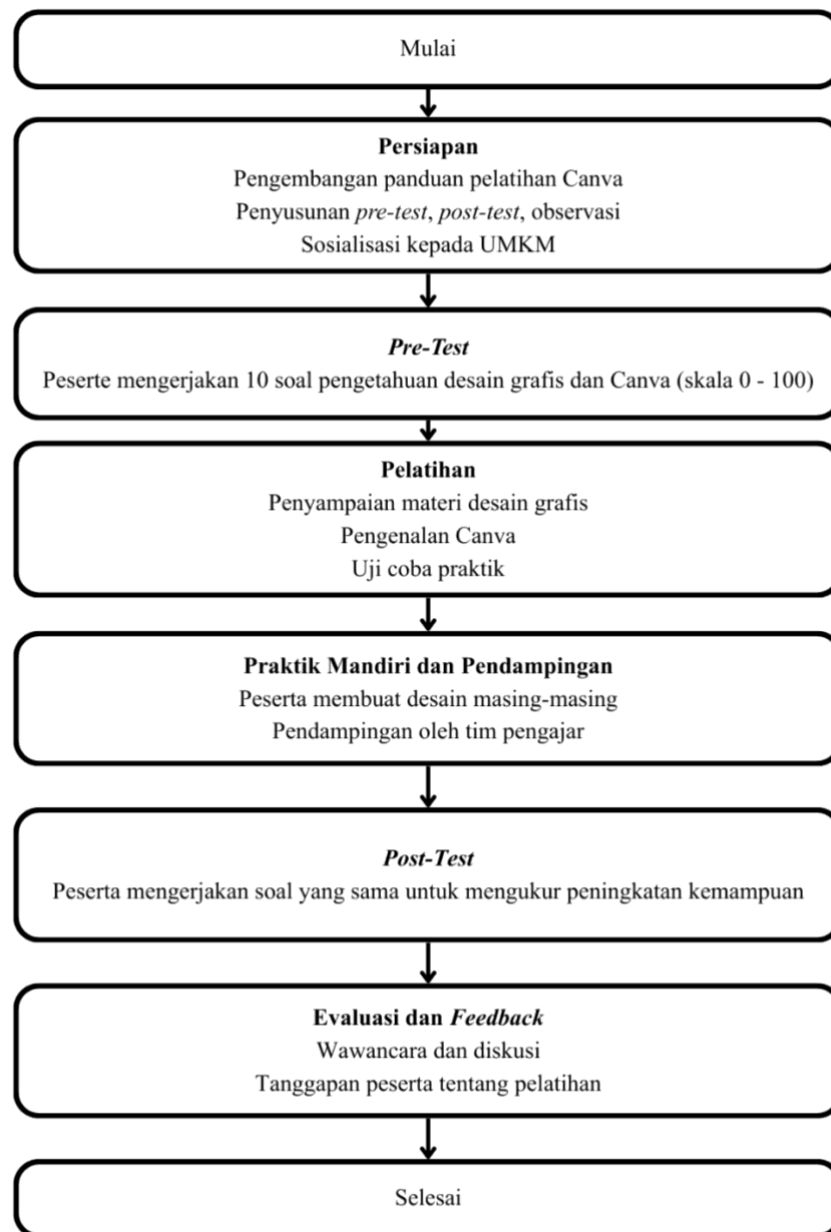
Aplikasi Canva hadir sebagai solusi praktis bagi UMKM dalam permasalahan ini (Farhan dkk., 2022). Canva merupakan *platform* desain grafis *online* yang menawarkan berbagai *template* untuk poster, logo, brosur, dan beragam keperluan desain lainnya dengan fitur interaktif yang mudah digunakan (Effendi *et al.*, 2024; Rizieq dkk., 2025; Zettira dkk., 2022). Akses Canva melalui ponsel atau komputer memungkinkan pelaku usaha tanpa latar belakang atau kemampuan desain profesional menciptakan materi promosi yang menarik. Studi terbaru

menunjukkan bahwa pelatihan Canva secara signifikan meningkatkan keterampilan desain peserta UMKM (Azzahra dkk., 2025; Afifah, 2025). Sebagai contoh, pelatihan satu hari bagi 20 pelaku UMKM di Depok meningkatkan pemahaman dan antusiasme peserta dalam menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran (Anwar dkk., 2025). Dengan demikian, pelatihan desain grafis menggunakan Canva sangat relevan dalam peningkatan kapabilitas *branding* visual UMKM di Kabupaten Bandung.

2. Metode

Pelatihan ini menggunakan pendekatan pembelajaran partisipatif atau *participatory learning* dengan penekanan pada praktik langsung. Kegiatan dilaksanakan selama satu hari di Kabupaten Bandung. Peserta terdiri dari 10 pelaku UMKM lokal dengan detail peserta 6 perempuan dan 4 laki-laki yang bergerak di sektor kuliner, *fashion*, dan kerajinan. Kriteria peserta mencakup keterbatasan dan kemampuan desain sebelumnya serta motivasi belajar. Gambar 1 merupakan alur kegiatan pelatihan Canva yang dilaksanakan dalam waktu satu hari terhadap 10 pelaku UMKM. Tahapan pada kegiatan ini meliputi:

1. Persiapan, pengembangan panduan pelatihan Canva, penyusunan soal *pre-test* dan *post-test*, lembar observasi, dan sosialisasi kegiatan ke UMKM
2. *Pre-test*, peserta mengerjakan kuesioner pengetahuan desain grafis dasar dan Canva dalam bentuk 10 soal pilihan ganda dengan skala 0 – 100 untuk mengukur kemampuan awal
3. Pelatihan, penyampaian materi mengenai prinsip dasar desain grafis dan pengenalan Canva. Sesi ceramah singkat diikuti dengan praktik langsung membuat desain poster promosi produk.
4. Praktik mandiri dan pendampingan, peserta diberi waktu membuat desain sendiri sesuai produk masing-masing dan didampingi oleh tim pengajar untuk membantu mengatasi kesulitan
5. *Post-test*, peserta mengerjakan kuesioner yang sama dengan *pre-test* di akhir pelatihan untuk mengukur peningkatan
6. Evaluasi dan *feedback*, wawancara singkat dan diskusi untuk mendapatkan tanggapan peserta tentang materi serta metode pelatihan



Gambar 1. Alur Kegiatan Pelatihan Canva di Kabupaten Bandung

Pre-test berisi pertanyaan mengenai penggunaan fitur Canva, prinsip warna, tata letak, dan pembuatan konten promosi. Lembar observasi digunakan untuk mencatat keaktifan peserta dalam proses kerja selama praktik. Analisis data dilakukan dengan membandingkan rata-rata skor *pre-test* dan *post-test* serta evaluasi kualitatif dari observasi dan *feedback* peserta. Selain itu dilakukan analisis statistik secara inferensial menggunakan Uji Wilcoxon Signed Rank Test karena distribusi data tidak normal. Analisis kualitatif berdasarkan hasil desain peserta, observasi langsung, dan *feedback* juga dilakukan.

3. Hasil dan Diskusi

Gambar 2 merupakan beberapa dokumentasi kegiatan pelatihan yang dilaksanakan. Instrumen evaluasi terdiri dari *pre-test/post-test* serta lembar observasi. Analisis *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan desain grafis peserta setelah pelatihan. Berdasarkan pengukuran terhadap 10 peserta, rata-rata skor *pre-test* sebesar 51, 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.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

Data lengkap hasil *pre-test* dan *post-test* dapat dilihat pada Tabel 1 dengan menampilkan hasil skor sebelum dan sesudah dilakukan pelatihan. Peningkatan ini menunjukkan adanya keberhasilan *knowledge transfer* atau transfer pengetahuan selama pelatihan. Hasil ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Habib Rizieq dkk. (2025) yang menunjukkan adanya kenaikan signifikan nilai *post-test* peserta pelatihan Canva. Selain itu, Chandra dkk., (2024) dan Anwar dkk. (2025) juga menjelaskan adanya peningkatan keterampilan desain yang nyata setelah pelatihan untuk UMKM.

Selain analisis statistik deskriptif, analisis statistik inferensi juga dilakukan dengan uji Wilcoxon Signed Rank Test karena data tidak memiliki distribusi normal dan jumlah sampel yang relatif kecil, yaitu 10 sampel. Hipotesis yang diuji dengan menggunakan Wilcoxon Signed Rank Test adalah sebagai berikut:

1. H_0 : tidak ada perbedaan antara hasil *pre-test* dan *post-test*
2. H_1 : ada perbedaan antara hasil *pre-test* dan *post-test*

Tabel 1. Skor *Pre-Test* dan *Post-Test* Peserta Pelatihan Canva Kabupaten Bandung

Peserta	<i>Pre-Test</i>	<i>Post-Test</i>
1	55	85
2	25	65
3	40	65
4	65	80
5	50	70
6	55	65
7	40	60
8	75	90
9	60	90
10	45	80
Rata-rata	51	75

Berdasarkan hipotesis yang dibentuk, Tabel 2 menunjukkan hasil uji Wilcoxon Signed Rank Test dengan bantuan SPSS Statistics. Berdasarkan Tabel 2, *p-value* yang didapatkan adalah sebesar 0,05. Karena *p-value* yang didapatkan berada di bawah taraf signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, atau terbukti adanya perbedaan antara hasil *pre-test* dan *post-test* di mana hasil *post-test* signifikan lebih tinggi dibandingkan *pre-test*. Berdasarkan hasil tersebut, pelatihan Canva terbukti secara statistik mampu meningkatkan kemampuan desain grafis peserta secara signifikan. Hasil ini memperkuat temuan penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Habib Rizieq dkk. (2025) dan Anwar dkk. (2025) dalam meningkatkan kemampuan desain peserta.

Tabel 2. Hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test

Parameter	Nilai
Total data (N)	10
<i>P-value</i>	0,005

Selama proses praktik dalam pelatihan, semua peserta berhasil menghasilkan desain promosi menggunakan Canva. Peserta membuat konten berupa pamflet atau *flyer* digital yang digunakan untuk media sosial sesuai dengan kebutuhan masing-masing pelaku UMKM. Gambar 3 menunjukkan salah satu contoh poster promosi yang dirancang oleh peserta. Desain-desain yang dihasilkan umumnya memiliki tata letak dan pilihan warna yang lebih menarik dibandingkan desain awal peserta. Hal ini juga mendukung temuan bahwa fitur yang disediakan pada Canva dapat memudahkan pengguna dalam membuat desain visual. Hal tersebut didukung oleh ketersediaan *template* poster yang beragam dan interaktif pada Canva sehingga pengguna dapat membuat materi promosi dengan mudah dan menarik.



Gambar 3. Contoh Poster Promosi

Berdasarkan *feedback* yang diberikan oleh peserta baik selama maupun setelah pelatihan sangat positif. Peserta menyatakan bahwa Canva mudah dipelajari dan sangat membantu dalam membuat visualisasi konten promosi. Salah satu peserta menyebutkan bahwa sebelumnya selalu bergantung pada tenaga desain profesional yang berarti memerlukan biaya untuk setiap pembuatan konten promosi, namun setelah pelatihan menjadi lebih percaya diri untuk membuat konten atau materi promosi sendiri. Rata-rata skor kepuasan peserta terhadap seluruh rangkaian kegiatan adalah 4,34 dari skala 5, menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Herawati dkk. (2025), Rummyeni dkk. (2025), dan Khairunisa & Misidawati (2024) pada pelatihan literasi digital UMKM yang juga menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan pelaku UMKM dalam membuat konten iklan menarik dan memperluas jangkauan pemasaran mereka melalui media sosial. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa adanya intervensi atau tersedianya pelatihan digital memiliki potensi dalam memperkuat daya saing UMKM di era digital dan *online* ini.

Sumaryanto dkk. (2025) juga menjelaskan bahwa 87% peserta pelatihan Canva di Surakarta mengalami peningkatan keterampilan desain, serta sebagian besar mampu membuat materi promosi secara mandiri dibandingkan sebelum dilakukan pelatihan. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian terdahulu dengan mayoritas peserta mengalami peningkatan

kemampuan dalam merancang konten promosi visual secara mandiri. Selain itu, Octory dkk. (2024) menjelaskan juga bahwa *branding* digital penting sehingga pelatihan yang intensif dapat menambah visibilitas dan tingkat penjualan produk UMKM. Melalui penyediaan materi visual yang lebih baik dan terstruktur, pelaku UMKM yang menjadi peserta pelatihan literasi digital mampu membuat iklan yang lebih sesuai dengan target audiens. Berdasarkan hal tersebut, pelatihan desain grafis sederhana seperti Canva tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis tetapi juga memiliki potensi meningkatkan efektivitas pemasaran produk.

4. Kesimpulan

Pelatihan penggunaan aplikasi Canva bagi 10 pelaku UMKM di Kabupaten Bandung berhasil meningkatkan keterampilan desain grafis dan kemampuan *branding* visual peserta. Hal ini dibuktikan dari peningkatan signifikan skor *post-test* dibandingkan dengan *pre-test*, serta kemampuan peserta menghasilkan materi promosi menarik secara mandiri. Peserta juga menjelaskan bahwa pelatihan memuaskan dan relevan dengan kebutuhan usaha mereka. Secara umum, pelatihan ini efektif menguatkan kemampuan *digital marketing* sederhana UMKM.

Berdasarkan hasil tersebut, program pelatihan seperti ini terbukti efektif dan dapat dilaksanakan agar menjadi program berkelanjutan, seperti penyelenggaraan pelatihan lanjutan dan pendampingan rutin bagi peserta agar kemampuan desain peserta dapat terus semakin diasah dan meningkat, peningkatan fasilitas pendukung seperti fasilitas komputer, printer, dan akses internet bagi UMKM, serta replikasi pelatihan ke kelompok UMKM lainnya di Bandung atau bahkan Bandung Raya. Selain itu, instansi terkait dapat menjalin kerja sama untuk memperluas jangkauan program. Maka dari itu, UMKM lokal dapat menjadi lebih siap untuk bersaing di pasar digital melalui *branding* visual yang lebih kuat.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini didanai oleh Hibah Internal Universitas Santo Borromeus. Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Bandung yang telah bersedia menjadi peserta pelatihan serta berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Dukungan dan antusiasme para peserta berkontribusi besar terhadap keberhasilan program ini.

Daftar Referensi

- Affifah, 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.
<https://doi.org/10.47709/digitech.v4i2.5364>
- BPS Provinsi Jawa Barat. (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.
<https://doi.org/10.56301/awal.v7i2.1221>
- 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.
<https://doi.org/10.29407/pn.v9i2.21839>
- 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. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.265>
- 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. <https://doi.org/10.54082/jpmii.498>
- 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. <https://doi.org/10.55606/jumbiku.v5i3.6176>
- 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. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>