

NUSANTARA

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

ARTICLES

Sosialisasi Pendidikan Pemilih Dan Partisipasi Masyarakat Terkait Pemilihan Umum Kepala Daerah di Kecamatan Selogiri

554-575

 Retno Eko Mardani, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Indonesia
 Lita Tyesta Addy Listya Wardhani, Universitas Diponegoro, Indonesia
 Aziz Widhi Nugroho, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Indonesia
 Rengga Kusuma Putra, Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Indonesia
 Fathul Hamdani, Universitas Dr. Soetomo, Indonesia
 Bagus Hermanto, Universitas Udayana, Indonesia
 Doulat Nathanael Banjarnahor, Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar, Indonesia

 DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.5481>

 PDF |  Views: 81 times |  Download : 28 times

Implementasi Teknik Motion Graphic pada Editing Video Animasi "Produk Aman, Kulit Nyaman"

01-15

 Vanessa Valencia Eleora, Universitas Padjadjaran, Indonesia
 Silvi Allin Dhiya, Universitas Padjadjaran, Indonesia
 Encang Saepudin, Universitas Padjadjaran, Indonesia
 Rinda Aunillah Sirait, Universitas Padjadjaran, Indonesia

 DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.5297>

 PDF |  Views: 188 times |  Download : 158 times

Pelaksanaan Kebijakan RTRW Mendukung Pembangunan Kawasan Strategis Ekonomi Oleh Dinas PUPR Sumbawa Barat

16-25

 Errna Yulistiana, Universitas Mataram, Indonesia
 Melly Aprilia Lestari, Universitas Mataram, Indonesia
 Subhan Purwadiinata, Universitas Mataram, Indonesia

 DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.5140>

 PDF |  Views: 135 times |  Download : 87 times

Penulisan Naskah Film Dokumenter "Thread by Thread: Mengurai Krisis Fast Fashion di Indonesia" melalui Pendekatan Narasi Ekspositoris Struktur 3 Babak

26-44

 Aura Diva Rizky, Universitas Padjadjaran, Indonesia
 Muh. Fadli Rumpak, Universitas Padjadjaran, Indonesia
 Nurmayya Prahatimaja, Universitas Padjadjaran, Indonesia
 Rinda Aunillah Sirait, Universitas Padjadjaran, Indonesia

 DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.5437>

 PDF |  Views: 170 times |  Download : 134 times

Penerapan Teknik Naratif dalam Penulisan Naskah Video Feature "Kopi Nikmat Tantangan Hidup Sehat"

45-56

 Zetira Nadia Rahmah, Universitas Padjadjaran, Indonesia
 Encang Saefudin, Universitas Padjadjaran, Indonesia
 Jimi Nurotama Mahamerusji, Universitas Padjadjaran, Indonesia

 DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.5342>

 PDF |  Views: 212 times |  Download : 68 times

Membangun Literasi Kesehatan Mental Siswa dalam Perspektif Hukum (Sosialisasi Abdilmas di SMA Negeri 1 Pangkah Kabupaten Tegal)

57-63

 Soesi Idayanti, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia
 Moh.Taufik, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia
 Sugiyanto Sugiyanto, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia
 Moh.Khamim, Universitas Pancasakti Tegal, Indonesia

 DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.5587>

 PDF |  Views: 276 times |  Download : 42 times

Kinanti Sasi Kirana, Universitas Padjadjaran, Indonesia

Kokom Komariah, Universitas Padjadjaran, Indonesia

Andri Yanto, Universitas Padjadjaran, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.53506/nusantara.v3i3.3600>

[PDF](#) [Views: 197 times](#) | [Download: 97 times](#)

Kolaborasi AI dan Desain Visual : Solusi Efektif bagi Guru SMP dalam Menyusun Perangkat Pembelajaran

Salsabillah Syahriza, Universitas Negeri Padang, Indonesia

Baggas Prakhaza, Universitas Negeri Padang, Indonesia

Nabila Eiza Frania, Universitas Negeri Padang, Indonesia

Velisa Novelina Dara Wardi, Universitas Negeri Padang, Indonesia

Fernando Agasy, Universitas Negeri Padang, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.53506/nusantara.v3i3.3642>

[PDF](#) [Views: 105 times](#) | [Download: 30 times](#)

Pelatihan Pembuatan Lilin Aromaterapi untuk Meningkatkan Kreativitas dan Kemandirian Ekonomi Ibu-Ibu PKK Desa Donohudan Kabupaten Boyolali

Ariyani Dwi Astuti, Universitas Sahid Surakarta, Indonesia

Vira Nur Lita, Universitas Sahid Surakarta, Indonesia

Chindy Martha Indhati, Universitas Sahid Surakarta, Indonesia

Sely Maisyah, Universitas Sahid Surakarta, Indonesia

Diva Maheswari, Universitas Sahid Surakarta, Indonesia

Annisa Indah Mutiasari, Universitas Sahid Surakarta, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.53506/nusantara.v3i3.3683>

[PDF](#) [Views: 190 times](#) | [Download: 84 times](#)

Penerapan Teknik Non-Linear Editing dalam Pembuatan Film Dokumenter "Apocalyptic Tides"

Yabes Yedija Wesley, Universitas Padjadjaran, Indonesia

Dimas Althalalaric Mohammad Sultan, Universitas Padjadjaran, Indonesia

Toto Sugito, Universitas Padjadjaran, Indonesia

Aat Ruchiat Nugraha, Universitas Padjadjaran, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.53506/nusantara.v3i3.3638>

[PDF](#) [Views: 84 times](#) | [Download: 35 times](#)

Pendampingan Packaging Dan Label Produk Makanan Pada Usaha Bumbu Oma Nusantara

Adriana Madya Marampa, Universitas Kristen Indonesia Toraja, Indonesia

Chrismesi Pagiu, Universitas Kristen Indonesia Toraja, Indonesia

Rati Pundissing, Universitas Kristen Indonesia Toraja, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.53506/nusantara.v3i3.6022>

[PDF](#) [Views: 61 times](#) | [Download: 37 times](#)

Pengembangan Usaha Produksi Olahan Tempe DI UMKM Keripik Tempe Mak Ribut Desa Loning

Kecamatan Petarukan Kabupaten Pemalang

Arif Hadi Prasetyo, Institut Teknologi dan Bisnis Adlasi, Indonesia

Tri Handayani, Institut Teknologi dan Bisnis Adlasi, Indonesia

Rengga Kusuma Putra, Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Indonesia

Dian Karisma, Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Indonesia

Nunung Wulan Sari, Institut Teknologi dan Bisnis Adlasi, Indonesia

Rofiqoh Abibah, Institut Teknologi dan Bisnis Adlasi, Indonesia

Dewi Ratna Sari, Institut Teknologi dan Bisnis Adlasi, Indonesia

Silva Mailly Chintya, Institut Teknologi dan Bisnis Adlasi, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.53506/nusantara.v3i3.6112>

[PDF](#) [Views: 134 times](#) | [Download: 23 times](#)

Restu Ayu Eka Pustika Dewi, Universitas Ivet, Indonesia
Ricky Rangga Arnawa, Universitas Ivet, Indonesia
Elin Agni Nurul Qolbi, Universitas Ivet, Indonesia
Siti Wahyuni, Universitas Ivet, Indonesia
Isti Mulyawati, Universitas Ivet, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.6151>

[PDF](#) [View: 133 times](#) | [Download: 31 times](#)

Sosialisasi dan Edukasi Keuangan Keluarga untuk Warga Desa Kuta Kabupaten Sumba Timur

Yuniarti Reny Renggo, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, Indonesia
Vindya Donna Adindarena, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, Indonesia
Karolina Albina Rewa, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, Indonesia
Adrianus Kabubu Hudang, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, Indonesia
Yuvensius Ramompas, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, Indonesia
R.L.K.R Nugrohowardhani, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.6186>

[PDF](#) [View: 131 times](#) | [Download: 24 times](#)

Digitalisasi Desa dalam Meningkatkan Efektivitas Pelayanan Publik di Desa Sungai Baung Kecamatan Pengabuan Kabupaten Tanjung Jabung Barat

Orie Yanti, Universitas Jambi, Indonesia
Derma S. Cuitom, Universitas Jambi, Indonesia
Candra Irawan, Universitas Jambi, Indonesia
Siti Zaadah, Universitas Jambi, Indonesia
Erika Saputri, Universitas Jambi, Indonesia
Edi Purwanto, Universitas Jambi, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.6197>

[PDF](#) [View: 207 times](#) | [Download: 106 times](#)

Transformasi Limbah Kunyit secara Zero Waste: Inovasi Gummy Herbal dan Pupuk Organik Cair dalam Pemberdayaan Kelompok Tani Perempuan 'Tani Lestari' Desa Kunden, Sukoharjo

Evi Wulandari, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
Andira Luthfi Cahyani, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
Elisabeth Elvira Vianney, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
Sherlinda Fadillah, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
Syavira Annastasya, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
Teuku Radhi Fahiani, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
Melati Dewi Pertwi, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
Nur Hanggara Putra, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
Sitti Aisyah Az' Zahra, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
Indah Nurhidayati, Universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.6158>

[PDF](#) [View: 139 times](#) | [Download: 58 times](#)

Sosialisasi Konservasi, Sadar Wisata dan Sapta Pesona dalam Rangka Festival Pemana Bahari di Desa Pemana Kecamatan Alok Kabupaten Sikka

Desiderius Siga Meli Poa, Politeknik Cristo Re Indonesia, Indonesia
Paulus Mong Wisang, Politeknik Cristo Re Indonesia, Indonesia
Leonardus Winarto, Politeknik Cristo Re Indonesia, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.6252>

[PDF](#) [View: 162 times](#) | [Download: 31 times](#)

Sosialisasi Dakwah Sebagai Proses Komunikasi: Efektivitas Dakwah Digital Sebagai Proses Komunikasi Interaktif di Kalangan Gen Z

423-432

Edi Sumardi, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia, Indonesia
Harkat Aulia Harbi, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia, Indonesia
Misnani Jaelani, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia, Indonesia
Muh Zazin, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.6445>

PDF Views: 53 times | Download: 14 times

Pendampingan Pelaku Usaha UMKM Makanan dalam Meningkatkan Promosi Digital Melalui Penggunaan Canva pada Bentoday Jakarta Barat

433-441

Pepi Permatasari, Universitas Budi Luhur, Indonesia
Sri Wahyuningsih, Universitas Budi Luhur, Indonesia
Sigit Nurcahyono, Universitas Salakangara, Indonesia
Wahyumi Ekawanti, Universitas Budi Luhur, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.6450>

PDF Views: 80 times | Download: 20 times

Penguatan Manajemen dan Strategi Pengelolaan Kolam Renang BUMDes Tirta Arum untuk Peningkatan Pendapatan Desa

442-455

Dewi Yuniar Magetana, Universitas Pekalongan, Indonesia
Dina Amalia Mahmudah, Universitas Pekalongan, Indonesia
Danang Satrio, Universitas Pekalongan, Indonesia
Supajar Bayu Aji, Universitas Pekalongan, Indonesia
Kalina Faradisa Widodo, Universitas Pekalongan, Indonesia
Fathia Zulfa, Universitas Pekalongan, Indonesia
Nadia Chusna Chotimah, Universitas Pekalongan, Indonesia
Farah Ulayya, Universitas Pekalongan, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.6454>

PDF Views: 67 times | Download: 20 times

Perencanaan Desain Musholla Nurul Ikhlas yang Ergonomis, Efisien dan Responsif terhadap Kebutuhan Masyarakat Parak Mujua Kabupaten Solok

456-474

Barkhia Yunas, Universitas Adzka, Indonesia
Yuni Purnama Sya'ri, Universitas Adzka, Indonesia
Mutia Alius, Universitas Adzka, Indonesia
Dyla Midya Octavia, Universitas Adzka, Indonesia
Wiwin Putri Zayu, Universitas Adzka, Indonesia
Ernawati Ernawati, Universitas Adzka, Indonesia
Rehan Putra Saira, Universitas Adzka, Indonesia
Hendra Febrianto, Universitas Eka Sakti, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.6453>

PDF Views: 118 times | Download: 24 times

Pelatihan Google Workspace sebagai Sistem Manajemen Pengetahuan di TK Islam At-Tin

475-487

Rika Dwi Amalia, UPN Veteran Jakarta, Indonesia
Nurul Afifah Arifuddin, UPN Veteran Jakarta, Indonesia
Radinal Setyadinsa, UPN Veteran Jakarta, Indonesia

DOI : <https://doi.org/10.33606/nusantara.v3i3.6451>

PDF Views: 96 times | Download: 28 times

 Yogi Putra, Politeknik LP3I Medan, Indonesia

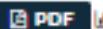
Tina Linda, Institut Bisnis Informatika dan Bisnis, Indonesia

Devia Febrina, Institut Bisnis Informatika dan Bisnis, Indonesia

Lidia Berliana Siboro, Institut Bisnis Informatika dan Bisnis, Indonesia

Mega Hernawati Harefa, Institut Bisnis Informatika dan Bisnis, Indonesia

 DOI : <https://doi.org/10.533606/nusantara.v3i3.6482>

 PDF  Views: 60 times |  Download : 11 times

Peningkatan Kompetensi Guru SMKN 1 Mallingping melalui Pelatihan Penggunaan Quizizz dan Wordwall untuk Optimalkasasi Asesmen Formatif Berbasis Digital

 Yayan Sudrajat, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

573-580

R.A. Annita Meitina Ahmad, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

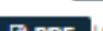
Ikeu Liana Dewi, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

Ina Hertina, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

Rifka Kamalia Wardani, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

Yadi Supriyadi, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

 DOI : <https://doi.org/10.533606/nusantara.v3i3.6524>

 PDF  Views: 33 times |  Download : 35 times

Pembuatan Plang Edukasi Sampah Terurai di Desa Sarah Perlak Kecamatan Sungai Mas Kabupaten Aceh Barat

 Mahmud Basuki, Universitas Teuku Umar, Indonesia

581-588

Andrean Riski Winanda, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Aimul Hafifah, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Faujiah Aliya Sari Sagala, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Santika Santika, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Widyanti Salha, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Melisa Rahayu, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Muhammad Khairul, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Muhammad Chairil, Universitas Teuku Umar, Indonesia

Arrazy Elba Ridha, Universitas Teuku Umar, Indonesia

 DOI : <https://doi.org/10.533606/nusantara.v3i3.6538>

 PDF  Views: 179 times |  Download : 70 times

Penerapan Teknologi Pirolysis Secara Terpadu Dari Pemanfaatan Limbah Kayu di Desa Pacellekang

 Mohammad Wijaya, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

589-599

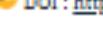
Gusma Hartiana Abbas, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Setyawati Yani, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Dewiyanti Fadly, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Vika Puji Cahyani, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

 DOI : <https://doi.org/10.533606/nusantara.v3i3.6459>

 PDF  Views: 43 times |  Download : 24 times



Pendampingan Pelaku Usaha UMKM Makanan dalam Meningkatkan Promosi Digital Melalui Penggunaan Canva pada Bentoday Jakarta Barat

Empowering Food MSME Entrepreneurs to Improve Digital Marketing Through the Use of Canva: A Case Study at Bentoday, West Jakarta

Pepi Permatasari¹, Sri Wahyuningsih², Sigit Nurcahyono³, Wahyumi Ekawanti^{4*}

^{1,2,4} Universitas Budi Luhur, Indonesia

³ Universitas Salakanagara, Indonesia

Email : pepi.permatasari@budiluhur.ac.id^{1*}, sri.wahyuningsih@budiluhur.ac.id²,
sigitsnc@gmail.com³, wahyumi.ekawanti@budiluhur.ac.id⁴

Jl. Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Kec. Pesanggrahan,
Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260
Korespondensi Penulis : pepi.permatasari@budiluhur.ac.id^{1*}

Article History:

Received: Juni 30, 2025;

Revised: Juli 15, 2025;

Accepted: Agustus 02, 2025

Published: Agustus 04, 2025

Keywords: Canva, Culinary Business, Digital Marketing, MSMEs, Promotional Design,

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting the growth and stability of the national economy (Endra et al., 2024), particularly in the ever-expanding culinary sector. However, MSMEs often face challenges in creating visually appealing and professional promotional elements. One example is Bentoday, a food business in West Jakarta that still relies on simple promotions through social media without optimal content packaging. This activity aims to improve the digital promotional capacity of MSMEs through a training and mentoring program focused on creating logos and product catalogs using Canva. Canva is a digital-based visual design tool that is easy to use, even for beginners, to create content such as posters, banners, and social media promotional materials (Akbar et al., n.d.). This training was conducted through a series of activities, starting with initial observation, direct training, intensive mentoring, and evaluation of participants' designs. The results showed that participants were able to independently produce promotional materials, such as logos and product catalogs, with more attractive and consistent designs. In addition to improving design skills, this training also had a positive impact on MSMEs' digital marketing strategies. Good visual design has been shown to increase consumer appeal and product sales. Thus, mastering digital skills is crucial for strengthening brand identity and expanding market reach (Andari, Sari, & Hidayat, 2025). The use of Canva has proven effective in supporting the digital promotional transformation of MSMEs to become more competitive in the digital era.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam mendukung pertumbuhan dan stabilitas perekonomian nasional (Endra et al., 2024), terutama pada sektor kuliner yang terus berkembang. Namun, pelaku UMKM sering menghadapi kendala dalam menciptakan elemen promosi yang menarik dan profesional secara visual. Salah satu contohnya adalah Bentoday, usaha makanan di Jakarta Barat yang masih mengandalkan promosi sederhana melalui media sosial tanpa kemasan konten yang optimal. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas promosi digital UMKM melalui program pelatihan dan pendampingan yang difokuskan pada pembuatan logo serta katalog produk dengan memanfaatkan Canva. Canva merupakan sarana desain visual berbasis digital yang mudah digunakan bahkan oleh pemula untuk membuat konten seperti poster, banner, dan materi promosi media sosial (Akbar et al., n.d.). Pelatihan ini dilakukan melalui rangkaian kegiatan, mulai dari observasi awal, pelatihan langsung, pendampingan intensif, hingga evaluasi hasil desain peserta. Hasilnya menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan materi promosi secara mandiri, seperti logo dan katalog produk, dengan desain yang lebih menarik dan konsisten. Selain meningkatkan keterampilan desain, pelatihan ini juga berdampak positif pada strategi pemasaran digital UMKM. Desain visual yang baik terbukti

dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan penjualan produk. Dengan demikian, penguasaan keterampilan digital menjadi penting untuk memperkuat identitas merek dan memperluas jangkauan pasar (Andari, Sari, & Hidayat, 2025). Penggunaan Canva terbukti efektif dalam mendukung transformasi promosi digital UMKM agar lebih kompetitif di era digital.

Kata Kunci: Bisnis Kuliner, Canva, Desain Promosi, Pemasaran Digital, UMKM

1. PENDAHULUAN

Perekonomian nasional sangat ditopang oleh peran UMKM khususnya dalam memperluas kesempatan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan operasional yang signifikan, terutama terkait dengan keterbatasan dalam aspek pemasaran produk. Pemasaran merupakan suatu sistem kegiatan bisnis yang secara terencana mencakup proses perencanaan produksi barang dan jasa, penetapan harga, promosi, serta distribusinya, sebagai upaya untuk menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen. (Weni Indah Doktri Agus Tapaningsih & dkk, 2022). Salah satu kendala utama yang diidentifikasi adalah kurangnya kemampuan dalam menghasilkan desain promosi yang menarik dan profesional, yang berdampak pada efektivitas strategi pemasaran mereka (Saehan et al., 2023) . Pengembangan UMKM memegang peranan yang strategis dalam penguatan ekonomi nasional, seiring dengan luasnya cakupan sektor usaha yang dijalankan, Oleh karena itu, kontribusi UMKM sangat signifikan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, khususnya kelompok berpenghasilan rendah. (Solihah & Zakiah, 2022) Di era transformasi digital dewasa ini, kemampuan membuat desain produk yang menarik menjadi kunci untuk memenangkan persaingan pasar, baik secara *offline* maupun *online*. Promosi adalah salah satu strategi untuk menginformasikan kepada konsumen tentang barang yang ditawarkan sehingga banyak orang yang tertarik. Dengan beragamnya media promosi saat ini, pemilik bisnis diharapkan dapat memilih strategi promosi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan mereka (Irawati, 2023). Kegiatan iklan atau promosi diperlukan sebagai upaya untuk memperkenalkan produk secara lebih luas kepada konsumen, dengan menyampaikan informasi terkait manfaat, kualitas, harga, serta lokasi penjualan. Tujuannya adalah untuk membentuk kesadaran konsumen yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian. (Maqshuroh & Khabibah, 2024)

BentoDay merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan, di mana untuk pemasaran produk masih dilakukan dengan menampilkan foto produk makanan saja yang dibagikan melalui WhatsApp dan Instagram, Namun, pelaku usaha masih menghadapi sejumlah tantangan, salah satunya adalah keterbatasan kemampuan dalam melakukan promosi produk secara daring. Sebenarnya, promosi berbasis digital merupakan salah satu strategi

pemasaran yang dinilai efektif dan efisien di tengah kemajuan teknologi informasi, karena mampu menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan kesadaran merek (brand awareness), serta memperkuat loyalitas konsumen. (Endra et al., 2024). Desain yang menarik terhadap produk dapat mempengaruhi keinginan konsumen, namun kendala yang dihadapi peserta yaitu belum memiliki keterampilan khusus dalam pembuatan desain iklan produk. Salah satu metode paling efisien untuk menarik klien adalah melalui strategi pemasaran yang berfokus pada pengembangan branding. Branding yang kuat sangat penting bagi sebuah produk karena dapat meningkatkan daya tarik serta membangun kepercayaan konsumen (Wahyuningsih et al., 2025). Solusi untuk masalah ini adalah memberikan bimbingan dan pelatihan tentang cara membuat desain logo dan foto untuk produk dengan menggunakan Canva.

Canva dikenal sebagai alat bantu dalam bidang desain yang menawarkan kemudahan dalam penggunaannya dan telah memperoleh popularitas yang luas di kalangan Masyarakat termasuk pelaku UMKM. Tersedianya berbagai template desain yang praktis, fleksibel, dan dapat diakses melalui smartphone maupun komputer tanpa memerlukan keahlian desain khusus untuk membuat poster, pamphlet, presentasi, konten media social dan konten Instagram (Fifaldyovan et al., 2024). Selain itu, Canva menawarkan sejumlah keunggulan, di antaranya: (1) tersedianya berbagai pilihan desain yang menarik; (2) dapat mendorong peningkatan kreativitas baik bagi guru maupun siswa dalam merancang media pembelajaran, berkat fitur-fitur yang lengkap dan mudah digunakan; (3) memungkinkan efisiensi waktu dalam penyusunan media pembelajaran secara praktis; serta (4) fleksibilitas dalam penggunaan, karena proses desain tidak terbatas pada perangkat laptop, melainkan juga dapat dilakukan melalui perangkat gawai. (Ningsih et al., 2024) Pelaku UMKM dapat secara mandiri membuat berbagai media promosi seperti poster brosur, katalog dan iklan digital. Mereka harus memiliki tampilan yang menarik dan terlihat profesional. Jika pelaku UMKM ingin meningkatkan keterampilan pemasaran mereka, sangat penting bagi mereka untuk belajar membuat desain produk menggunakan aplikasi Canva. Pemanfaatan media sosial memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar terhadap calon konsumen, membina interaksi yang lebih erat dengan pelanggan, serta mendorong peningkatan volume penjualan.(Abdul Karim & Dwika Asrani, 2024) UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya tarik pelanggan, memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka dengan menggunakan desain produk yang menarik. Selain itu, pelatihan dalam pembuatan desain produk menggunakan aplikasi Canva berpotensi meningkatkan literasi digital serta kreativitas pelaku UMKM, yang dengan demikian dapat responsid terhadap transformasi teknologi yang berlangsung di era digital saat ini. Sebagai wujud implementasi dari program Pengabdian kepada Masyarakat,

pelatihan ini dirancang untuk mendukung pengembangan usaha UMKM melalui kegiatan pembelajaran yang berfokus pada pembuatan desain grafis secara praktis dan efisien.

2. METODE PENGABDIAN

Pengabdian kepada masyarakat ini diimplementasikan melalui serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik usaha UMKM dalam pemanfaatan aplikasi Canva. Sosialisasi diselenggarakan pada tanggal 14 Juni 2025 di Kecamatan Pegadungan, Jakarta Barat, dengan menggunakan metode ceramah, diskusi interaktif, serta praktik langsung menggunakan aplikasi Canva. Pendekatan yang inovatif dan adaptif, seperti Model Bisnis Canvas, dapat mendukung pemahaman yang lebih mendalam terhadap karakteristik dasar suatu industri serta peran strategis yang dapat diambil oleh suatu entitas bisnis di kemudian hari. Sebagai hasilnya, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan Model Bisnis Canva sebagai instrumen dalam merumuskan strategi keberlanjutan yang efektif. (Panji Pramuditha et al., 2024) Rangkaian metode pelaksanaan kegiatan tersaji lewat **Gambar 1** berikut:



Gambar 1. Rangkaian Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Perencanaan, Persiapan, Pelaksanaan, Evaluasi, Pelaporan dan Publikasi adalah 5 (lima) Langkah yang diperlukan dalam menyelesaikan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

- **Tahap Perencanaan**

Di lokasi PKM, Observasi, Wawancara dan Survei dilakukan untuk mengetahui kondisi dan kesiapan mitra.

- **Tahap Persiapan**

Melibatkan Kerjasama tim internal untuk merancang pelaksanaan kegiatan secara konseptual dan operasional, membagi tugas dan membuat instrument kegiatan.

- **Tahap Pelaksanaan**

Dilakukan secara langsung dengan mitra dan terdiri dari beberapa Langkah : membuat

kursus atau materi pelatihan, mempelajari Canva, membuat desain dasar, menggunakan template, dan menggunakan Teknik promosi seperti Poster atau iklan produk.

- **Tahap Evaluasi**

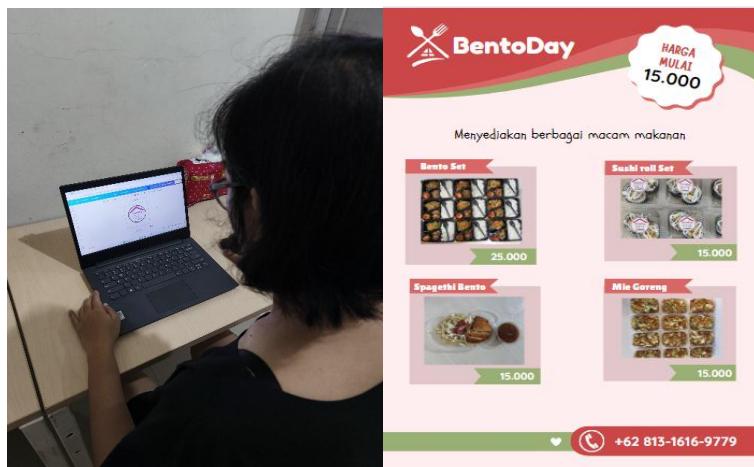
Pendampingan secara berkelanjutan dilakukan melalui pemberian bimbingan rutin kepada para peserta, guna memastikan adanya peningkatan yang konsisten dalam pengembangan keterampilan mereka di bidang desain. (Hasanuddin et al., 2024) Dilakukan dengan memantau kegiatan dan mereka juga dapat melihat petunjuk secara tertulis dalam buku pedoman dan video instruksi yang dapat diakses kapan saja oleh pemilik.

- **Tahap Pelaporan dan Publikasi**

Laporan tentang pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dibuat oleh tim dan diterbitkan di jurnal terkait. Penggunaan aplikasi Canva oleh pemilik usaha UMKM dilakukan secara *offline* melalui penyediaan materi pembuatan artikel dan konsultasi berkelanjutan. Diharapkan UMKM dapat meningkatkan kemampuan promosi BentoDay dan meningkatkan penjualan produk mereka. Selain itu, pelatihan ini memiliki potensi untuk meningkatkan literasi digital dan kreativitas pelaku UMKM. Ini akan membuat mereka lebih siap untuk menghadapi tantangan yang datang dengan kemajuan teknologi di era modern.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Memberikan pelatihan langsung kepada pemilik usaha atau peserta merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendukung pertumbuhan UMKM. Pelatihan ini berfokus pada desain promosi produk yang menarik dan mudah digunakan tanpa memerlukan peralatan mahal dan sangat mudah digunakan. Teknik ini dapat dipelajari oleh siapa saja yang belum memiliki pengalaman dalam desain grafis. Pelatihan 1 (satu) hari ini dilaksanakan pada tanggal 21 Juni 2025, dengan aplikasi Canva sebagai media utama pembelajaran. Canva merupakan platform desain grafis berbasis digital dimana pengguna dapat mudah dan cepat dalam membuat Poster, Logo dan konten promosi dan lainnya.



Gambar 2. Dokumentasi Pembuatan logo dan hasil pembuatan desain Katalog Menu Makanan

Gambar 2. Menunjukkan proses yang dilakukan oleh peserta pelatihan untuk membuat logo dan mendesain katalog menu makanan. Sesi ini membantu peserta mempelajari konsep fundamental dalam perancangan visual, antara lain memilih warna, tipografi dan tata telak agar mereka dapat membuat identitas merek yang menarik dan professional. Dengan logo yang lebih jelas dan katalog menu yang informatif dan menarik, hasil akhir menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas desain. Selain meningkatkan kreativitas peserta proses ini mengajarkan mereka keterampilan praktis yang dapat mereka gunakan untuk memasarkan bisnis kuliner mereka. Sektor usaha kuliner termasuk salah satu bidang bisnis dengan potensi keberlanjutan yang tinggi, karena produk yang ditawarkan yakni makanan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap orang. Jenis usaha kuliner yang dapat dikembangkan pun sangat beragam, bahkan dapat dimulai dengan modal yang relatif kecil. Keberhasilan dalam menjalankan bisnis ini bergantung pada beberapa faktor utama, antara lain kualitas cita rasa produk, mutu pelayanan, serta efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. (Siti Istikhoroh, DRA., M.Si., Ahmad Afifudin, Sherly Olyvia., Firdausia Fitria Putri, Irnandhita Visi Arinda, 2023)



Gambar 3. Pendampingan Pembuatan dengan Canva

Pada Gambar 3. Menunjukan bahwa pemilik bisnis BentoDay dibantu secara khusus dalam membuat logo dan desain katalog produk makanan dengan menggunakan berbagai template Canva yang tersedia. Untuk membuat desain yang semenarik mungkin, gunakan template ini untuk membagikan produk di media social untuk menarik perhatian pelanggan.

Dengan menggunakan pendekatan belajar sambil praktik, peserta dapat mempelajari cara menggunakan template, mengatur elemen dasar dan menyesuaikan warna dan font sesuai identitas bisnis. Selain itu, mereka diberikan sesi diskusi intensif untuk mengevaluasi pemahaman dan kemampuan mereka dalam menggunakan aplikasi, serta untuk menyesuaikan desain dengan karakteristik produk dan target pasar BentoDay. Suasana pelaksanaan kegiatan terlihat antusias dan mencerminkan semangat peserta yang alami.

4. DISKUSI

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM BentoDay lebih mampu mempromosikan bisnis mereka secara digital dengan bantuan pelatihan dan pendampingan penggunaan Canva. Pemberdayaan masyarakat dalam hal kemandirian ekonomi tercermin dari kemampuan peserta pelatihan dalam memahami dan menerapkan keterampilan desain untuk membantu mereka mengembangkan bisnis mereka secara mandiri. Peserta dapat membuat katalog dan logo produk dengan desain yang lebih menarik, konsisten dan professional.

Dengan menggunakan Canva, *platform* desain grafis yang mudah digunakan, telah terbukti efektif dalam memperbaiki keterampilan digital pelaku UMKM kuliner terutama dalam pengemasan konten promosi visual dimedia social. Akibatnya, peserta tidak hanya memperoleh ketrampilan teknis melalui pelatihan ini, tetapi mereka juga memperoleh pemahaman strategis tentang pentingnya desain promosi untuk membantu UMKM kuliner mempertahankan daya saing di era digital.

5. KESIMPULAN

Diharapkan bahwa kegiatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yang berpusat pada penciptaan logo dan desain produk makanan untuk BentoDay, akan membantu meningkatkan keterampilan peserta secara signifikan. Beberapa kesimpulan dapat ditarik dari kegiatan ini :

- Pelatihan dalam pembuatan desain promosi melalui pemanfaatan aplikasi Canva merupakan alternatif yang efektif dalam mengatasi permasalahan pemasaran produk yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Melalui pendekatan yang mudah dipahami dan didukung

oleh penggunaan perangkat yang sederhana, kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan kreativitas serta keterampilan peserta dalam merancang materi promosi yang menarik, seperti katalog produk dan logo usaha, khususnya untuk unit bisnis Bentoday.

- Program pelatihan ini memiliki kontribusi yang penting dalam memperkuat daya saing serta memperluas akses pasar bagi UMKM yang berorientasi pada pengembangan modern.
- Diskusi selama pelatihan dan pendampingan memastikan bahwa peserta memahami konsep sehingga dapat digunakan sebagai alat promosi digital yang efektif.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini sangat membantu Bentoday dalam Pendidikan dan membantunya mengelola keuangannya dengan lebih profesional dan terorganisir. Pada akhirnya ini telah membantu usaha bertahan dan berhasil. Selain itu, keberhasilan kegiatan pengabdian ini menunjukkan betapa pentingnya dukungan berkelanjutan selama proses penerapan teknologi. Bentoday dapat terus meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan aplikasi Canva melalui panduan tertulis dan sesi konsultasi dan dukungan dari tim pengabdian. Mereka juga dapat memaksimalkan manfaat yang diperoleh dan dampak jangka Panjang dari kemajuan bisnis Bentoday.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan apresiasi Kepada para pihak yang telah berperan aktif dalam mendukung keberlangsungan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, khususnya kepada pemilik usaha Bentoday di Kecamatan Pegadungan, Jakarta Barat, atas partisipasi aktifnya selama proses pelatihan berlangsung. Diharapkan kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi pengembangan kapasitas promosi digital pelaku usaha kuliner lokal.

DAFTAR 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. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i3.1582>
- Akbar, R., Yetti, D., Yelmi, H., Sispurwanto, Y., Habibie, I., Nofiar Am, A., & Kurniaty, T. (n.d.). Pemanfaatan aplikasi desain Canva sebagai media peningkatan promosi produk untuk UMKM di Desa Penyasawan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Terapan*, 1, 64–71. <https://doi.org/10.59061/abdimasterapan.v3i1.1025>
- Andari, N., Sari, D. P., & Hidayat, R. P. S. D. U. (2025). 94.+Production_Novi+Andari. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(11), 5528–5535. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i11.1999>
- Endra, R. Y., Redaputri, A. P., Dunan, H., Aprinisa, A., Syahputra, M. B., & Handayani, A. (2024). Pelatihan desain dengan Canva untuk UMKM sebagai sarana promosi produk

di Desa Ganjar Asri Metro. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(1), 32–38. <https://doi.org/10.36448/jpu.v3i1.54>

Fifaldyovan, M. I., Dewi, S. M., & Astuti, R. D. (2024). Pelatihan Canva untuk optimalisasi digital marketing bagi pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 81–87.

Hasanuddin, M., Putra, E., Barus, B., & Budianto, E. (2024). Meningkatkan kreativitas desain produk UMKM Desa Cinta Rakyat dengan aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 114–120.

Irawati, S. A. (2023). *Ekonomi kreatif dan UMKM kuliner pendongkrak ekonomi rakyat* (1st ed.). Media Nusa Creative. <https://books.google.co.id/books?id=VrzueAAAQBAJ>

Istikhoroh, S., Afifudin, A., Olyvia, S., Putri, F. F., & Arinda, I. V. (2023). *Kolaborasi UMKM: Usaha mikro, kecil, dan menengah* (A. Sofatunisa, Ed.). CV. Mega Press Nusantara.

Maqshuroh, Z. Q., & Khabibah, U. (2024). Pengembangan media promosi katalog menggunakan aplikasi Canva pada UMKM Toko Bangunan Pelangi Hibatullah Doko Blitar. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1), 198–202. <https://doi.org/10.33795/jab.v10i1.4503>

Ningsih, R., Mustari, D., Evy, T., & Nadeak, Y. (2024). PKM sosialisasi penggunaan aplikasi Canva dalam pembuatan e-presentation untuk administrasi di RT 004 / 003 Kelurahan Cipayung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4, [halaman tidak tersedia].

Panji Pramuditha, H., Harto, B., & Alfani Kurnia Sari, N. S. L. (2024). Canva Magic: Menggali perilaku pengguna dalam membangun brand identity UMKM Bandung di era digital. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (E-Journal)*, 10(2), 364–378. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v10i2.2173>

Saehan, A., Suryadi, S., & Hidayat Pohan, T. (2023). Pelatihan desain grafis menggunakan aplikasi Canva untuk meningkatkan promosi produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3(2), 44–48. <https://doi.org/10.58369/jpmg.v3i2.129>

Solihah, S., & Zakiah, N. E. (2022). Pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk mengembangkan kreativitas dalam pemasaran produk UMKM makanan khas daerah Ciamis. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1041. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8099>

Tapaningsih, W. I. D. A., & dkk. (2022). *Manajemen pemasaran* (M. N. K. Lestari, Ed.). PT. Sada Kurnia Pustaka.

Wahyuningsih, D., Syafei, D., Auli, M., Djakfar, Y., & Eliyana, I. (2025). Alamat: Jl. Ki Ratu Penghulu No. 2301 Karang Sari, Baturaja, Indonesia. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 3, 80–86. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v3i1.591>