

Membangun Identitas Merek yang Kuat Melalui Pelatihan Canva untuk UMKM di Kampung Badran Sari

Mustika^{1*}, Ilham Rohmatulloh², Aditya Duta Fernata³,
Nur Rahma Danitta⁴, Muhazirin Farhan Safitra⁵, Gilang Ferdhika⁶,
Muhammad Rafly⁷, Alif Medi Prastyo⁸, Sri Laila Nuraini⁹, Novendi¹⁰,
Ardan Muhrozi¹¹, Ricky Indra Jaya¹², Khoirul Faridz¹³, Aulia Tasya Putri. Dh¹⁴

¹⁻¹⁴ Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Metro

* mustika.fikom@gmail.com

Abstrak

Pada era digital, pemanfaatan teknologi memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas produk. Pelatihan ini bertujuan agar produk UMKM dapat bersaing lebih baik di pasar. di Kampung Badran Sari melalui pembuatan desain grafis menggunakan aplikasi Canva. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini meliputi lima tahapan utama, yaitu persiapan, penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan demonstrasi. Tahap persiapan mencakup identifikasi UMKM sasaran dan penyusunan materi pelatihan. Penyuluhan memberikan pemahaman tentang pentingnya identitas merek, sementara pelatihan difokuskan pada penguasaan Canva untuk pembuatan logo dan katalog produk. Pendampingan dilakukan selama pelatihan, dan demonstrasi digunakan untuk menampilkan hasil karya peserta serta mengevaluasi efektivitas pelatihan. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 19 Februari 2025, yang diikuti oleh 3 pelaku UMKM di Kampung Badran sari. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa para peserta lebih antusias dalam memanfaatkan teknologi untuk memperkuat identitas merek mereka, serta mampu membuat desain grafis sederhana secara mandiri menggunakan aplikasi Canva. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan keterampilan desain grafis kepada 3 pelaku UMKM yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan identitas merek dan menjadikan produk UMKM Kampung Badran Sari lebih kompetitif.

Kata Kunci: desain grafis, Canva, UMKM

Pendahuluan

Bisnis mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran dan posisi penting dalam perekonomian Indonesia (Sudartono dkk, 2022). Karena peran besarnya dalam pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan, UMKM sangat diharapkan oleh suatu negara (Farisi dkk, 2022). Namun, saat ini mayoritas UMKM menghadapi tantangan dalam hal pemasaran produk mereka. Mereka sering kali tidak memiliki pengetahuan atau akses yang cukup mengenai strategi pemasaran terkini, seperti pembuatan konten yang menarik, penggunaan media sosial, dan pengelolaan brosur produk secara efektif (Aqmal & Mattoasi, 2024). Melalui penggunaan merek dagang mereka sendiri, UMKM mampu

meningkatkan penjualan dan mempromosikan produk mereka kepada konsumen yang lebih luas (Ainun dkk, 2023).

Nama atau simbol perusahaan digunakan sebagai identitas merek untuk membedakan produknya dari produk lain di pasar (Suntoro & Silintowe, 2020). Menurut Destrina dkk (2022), dengan Adanya merek membuat pemasaran produk lebih mudah. Hal ini diperkuat oleh Ainun dkk. (2023) yang menyebutkan bahwa Salah satu keunggulan strategis perusahaan adalah bahwa identitas merek mencerminkan visi dan misi yang diusungnya. Di sisi lain, merek memungkinkan perusahaan untuk menonjol di tengah persaingan pasar (Adiweni dkk, 2023). Identitas merek menjadi sangat penting untuk memperkuat posisi mereka di pasar, dan logo menjadi komponen penting dalam menciptakan citra merek (Yulianti dkk, 2024).

Saat ini, manusia tidak lagi dapat menghindari teknologi karena sebagian besar aktivitas sehari-hari melibatkan teknologi (Tamimi & Munawaroh, 2024). Pemanfaatan teknologi antara lain penggunaan aplikasi perangkat lunak dalam bidang promosi penjualan, Canva adalah salah satu aplikasi yang berkembang seiring kemajuan teknologi (Novita dkk, 2023).

Canva adalah program untuk desain grafis yang memungkinkan pengguna merancang berbagai jenis material kreatif secara online (Parinduri, 2023). Dengan menggunakan aplikasi ini, Anda dapat membuat berbagai jenis desain untuk keperluan presentasi, promosi, dan komunikasi visual (Zettira dkk, 2022). Kompatibel dengan platform berbasis web dan aplikasi seluler, Canva dapat digunakan di berbagai perangkat (Widiyanti dkk, 2021).

Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberi peserta UMKM pengetahuan tentang cara menggunakan Canva untuk membuat desain grafis yang dapat membantu memperkuat identitas merek mereka. Peserta akan belajar memanfaatkan elemen-elemen desain untuk membuat materi promosi seperti logo, flyer, dan infografis yang menarik dan efektif guna meningkatkan daya tarik produk mereka.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu

Pada Februari 2025, Balai Kampung Badran Sari di Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah, menyelenggarakan pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai bagian dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Pelaku UMKM di Kampung Badran Sari berpartisipasi dalam acara ini.



Gambar 1. Peta Lokasi Pelatihan (Balai Kampung Kampung Badran Sari)

Khalayak Sasaran

Adapun UMKM yang terlibat dalam kegiatan pelatihan ini adalah UMKM Gondo Arum, UMKM Aneka Snack Moga Djaya, UMKM Dua Putra, dan UMKM Berkah Ilahi.

Metode Pelatihan

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memperkuat identitas merek dan memperkuat daya saing produk UMKM di Kampung Badran Sari melalui pelatihan desain grafis menggunakan aplikasi Canva. Kegiatan ini dilakukan melalui berbagai langkah yang telah direncanakan untuk mencapainya, seperti persiapan, penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan demonstrasi. Setiap tahapan dirancang untuk membekali peserta dengan pemahaman dan keterampilan praktis dalam membuat desain visual yang menarik dan berguna untuk mendukung branding produk mereka.

Persiapan

Adapun rangkaian kegiatan dalam tahap persiapan meliputi: 1) identifikasi dan pendataan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kampung Badran Sari. Tim mengidentifikasi pelaku UMKM di Kampung Badran Sari yang menunjukkan ketertarikan dalam penguatan identitas merek usaha mereka. 2) Penyusunan Materi. Tim menyusun materi yang akan digunakan selama pelatihan, dengan fokus utama pada penguatan identitas merek UMKM. Materi ini mencakup pengembangan berbagai elemen visual, seperti desain logo, katalog produk, dan elemen lain yang membantu memperkenalkan merek dengan cara yang lebih jelas dan menarik. 3) Koordinasi dengan perangkat kampung dilakukan untuk memperoleh dukungan dan mempermudah proses pelaksanaan kegiatan. Tujuan lain dari koordinasi ini adalah untuk memastikan bahwa peserta siap dalam mengikuti pelatihan dan memastikan mereka melaksanakan tanggung jawab yang diberikan selama kegiatan berlangsung. 4) Penyiapan Sarana dan Prasarana. Dalam hal ini menyiapkan tempat pelatihan serta perangkat pendukung (seperti laptop, proyektor, dan jaringan internet).



Gambar 2. Pelaksanaan Identifikasi dan Pendataan

Penyuluhan

Setelah tahap persiapan, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan untuk peserta pelatihan, yaitu para pelaku UMKM. Tujuan penyuluhan ini untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya identitas merek bagi kelangsungan usaha mereka. Sebagaimana yang dijelaskan oleh beberapa peneliti, identitas merek yang kuat memungkinkan produk untuk membedakan dirinya dari produk pesaing, serta mempermudah pemasaran dan menarik perhatian konsumen. Dengan memiliki merek

yang jelas dan mudah dikenali, seperti logo yang representatif, UMKM dapat memperkuat posisi mereka di pasar dan membangun citra positif yang dapat meningkatkan daya saing usaha mereka. Oleh karena itu, tujuan penyuluhan ini adalah untuk memberi peserta pemahaman tentang cara membuat merek yang menarik dan sesuai dengan visi dan misi bisnis mereka.



Gambar 3. Pelaksanaan Penyuluhan Identitas Merek

Pelatihan

Tujuan pelatihan ini adalah untuk memberikan keterampilan praktis kepada pelaku UMKM. dalam memperkuat identitas merek melalui pemanfaatan aplikasi desain grafis berbasis digital, Canva. Kegiatan pelatihan dilaksanakan melalui beberapa tahapan utama sebagai berikut: 1) Pelatihan Teknis Penggunaan Canva. peserta dibimbing untuk memahami fitur-fitur dasar Canva serta cara menggunakannya untuk membuat logo, katalog produk, dan media promosi digital. Pelatihan disusun secara bertahap agar peserta dapat mengikuti dengan mudah meskipun tanpa latar belakang desain grafis. 2) Praktik Mandiri. Peserta diberi kesempatan untuk menerapkan keterampilan yang telah dipelajari melalui praktik mandiri. Dalam praktik ini, peserta diminta membuat desain yang sesuai dengan kebutuhan usaha masing-masing, seperti logo dan katalog produk. 3) Pendampingan Individual. Tim pelaksana memberikan pendampingan secara langsung kepada setiap peserta. Pendampingan ini bertujuan untuk membantu peserta yang mengalami kendala teknis maupun konseptual selama proses desain. 4) Evaluasi Hasil Pelatihan. Proses evaluasi dilakukan untuk menilai peningkatan keterampilan dan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Penilaian dilakukan berdasarkan hasil desain yang telah dibuat peserta, serta melalui diskusi reflektif guna mengidentifikasi manfaat pelatihan terhadap penguatan identitas merek UMKM.



Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan Canva Untuk Meningkatkan Identitas Merek UMKM

Pendampingan

Pendampingan diberikan setelah pelatihan kepada pelaku UMKM, dengan tujuan memastikan keterampilan desain visual dapat diterapkan secara efektif dalam membangun identitas merek usahanya. Kegiatan pendampingan ini mencakup tiga bentuk utama: 1) Pendampingan Praktik Desain. Tim pelaksana mendampingi peserta saat mereka mulai menerapkan keterampilan yang telah diperoleh selama pelatihan. Pendampingan ini dilakukan secara langsung saat peserta mencoba membuat logo, katalog produk, dan materi promosi menggunakan Canva. Tujuannya adalah untuk membantu peserta mengatasi kendala teknis maupun konseptual, memberikan arahan, serta memastikan bahwa hasil desain mencerminkan identitas merek yang kuat dan konsisten. 2) Pendampingan Strategi Branding Visual. pendampingan juga diberikan dalam hal pemilihan elemen visual yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar. Tim memberikan saran mengenai pemilihan warna, tipografi, dan tata letak yang mendukung pengenalan merek secara profesional. Peserta juga didampingi dalam menyusun narasi visual yang mendukung citra produk mereka. 3) Refleksi dan Evaluasi Karya. Setelah peserta menyelesaikan desain, dilakukan sesi refleksi bersama. Peserta diajak untuk mengevaluasi hasil karya mereka, berbagi pengalaman selama proses pembuatan, serta menerima masukan untuk perbaikan. Sesi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran peserta terhadap kualitas identitas visual merek yang mereka bangun dan mendorong perbaikan berkelanjutan.

Demonstrasi

Dalam tahap demonstrasi, peserta mempresentasikan hasil desain yang telah dibuat selama pelatihan, yang mencerminkan identitas merek masing-masing. Kegiatan ini dilaksanakan di hadapan fasilitator dan sesama peserta sebagai forum berbagi praktik baik. Tujuannya adalah untuk menunjukkan kemampuan peserta dalam mengimplementasikan materi pelatihan secara mandiri dan kontekstual sesuai kebutuhan usaha mereka. Tahap demonstrasi ini terdiri dari: 1) Demonstrasi Hasil Desain Visual. Peserta menampilkan hasil desain grafis yang telah dikembangkan menggunakan Canva, seperti logo, katalog produk, flyer promosi, atau desain media sosial. Demonstrasi ini bertujuan untuk menunjukkan hasil dari desain grafis yang telah dilatih dan

Menumbuhkan semangat dan ide baru bagi UMKM lain dalam mengembangkan usahanya. 2). Menilai Hasil Setelah Demonstrasi. Setelah sesi demonstrasi, dilakukan peninjauan untuk melihat seberapa jauh keterampilan desain grafis peserta berkembang dan mampu diterapkan dalam memperkuat identitas merek usaha masing-masing. Evaluasi mencakup analisis terhadap kualitas visual desain, kesesuaian dengan karakteristik usaha, serta potensi pemanfaatannya dalam strategi promosi. Selain itu, hasil evaluasi digunakan sebagai dasar pengembangan lanjutan, baik dalam bentuk pendampingan tambahan maupun perancangan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam.



Gambar 5. Pendampingan dan demonstrasi

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan dan metode evaluasi berikut digunakan untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian ini berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan: 1) Peningkatan keterampilan desain grafis pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Peserta menunjukkan kemampuan dalam menggunakan aplikasi Canva untuk membuat elemen visual identitas merek seperti logo, katalog produk, dan materi promosi digital yang relevan dengan karakter usaha masing-masing. 2) Pemahaman konseptual peserta terhadap pentingnya branding. Peserta mampu menjelaskan konsep identitas merek dan mengintegrasikannya ke dalam desain visual secara konsisten dan komunikatif. 3) Peningkatan kualitas visual promosi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Produk desain yang dibuat peserta menunjukkan peningkatan dalam hal estetika, keterbacaan, dan daya tarik visual jika dibandingkan dengan materi promosi sebelumnya. 4) Kemandirian peserta dalam mengaplikasikan materi pelatihan. Peserta mampu melakukan praktik desain secara mandiri, mulai dari merancang hingga menyelesaikan produk desain, tanpa ketergantungan penuh pada fasilitator. 5) Keberlanjutan pemanfaatan aplikasi Canva dalam kegiatan usaha. Setelah pelatihan selesai, peserta tetap menggunakan Canva untuk kebutuhan promosi dan branding usaha, serta menunjukkan minat dalam mengembangkan keterampilan desain secara mandiri.

Metode Evaluasi

Metode evaluasi yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat keberhasilan indikator pendampingan ini adalah: 1) Evaluasi Produk Desain Peserta. Penilaian dilakukan terhadap produk desain yang dihasilkan peserta sebelum dan sesudah pelatihan guna mengidentifikasi peningkatan keterampilan dalam penggunaan Canva. Evaluasi difokuskan pada aspek estetika, kesesuaian dengan karakteristik usaha, dan efektivitas desain dalam mendukung strategi promosi. 2) Observasi Proses Demonstrasi. Observasi

langsung dilakukan oleh tim pelaksana selama kegiatan demonstrasi untuk menilai kemampuan peserta dalam mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh pada saat kegiatan pelatihan. Aspek yang diamati mencakup kemampuan presentasi, relevansi desain terhadap identitas merek, serta penguasaan terhadap perangkat lunak desain. 3) Wawancara (Dampak Pelatihan dan Kepuasan). Proses wawancara dilaksanakan dengan melibatkan sejumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, peserta pelatihan untuk memperoleh informasi mengenai kualitas pelatihan, tingkat kepuasan, serta dampak pelatihan terhadap praktik usaha mereka. 4) Evaluasi Penerapan Desain Digital dalam Praktik Usaha. Evaluasi ini dilakukan melalui observasi terhadap implementasi desain yang telah dibuat peserta dalam usaha mereka, serta melalui analisis dokumen visual yang dihasilkan, seperti katalog produk, logo, dan materi promosi digital lainnya. Tujuan dari penilaian ini adalah untuk mengevaluasi sejauh mana peserta mampu mengintegrasikan keterampilan desain grafis yang diperoleh melalui pelatihan ke dalam strategi penguatan identitas merek usaha mereka. 5) Evaluasi Keberlanjutan Penggunaan Teknologi. Untuk menilai keberlanjutan dampak pelatihan, dilakukan evaluasi lanjutan melalui wawancara dan survei pasca pelatihan. Evaluasi ini bertujuan mengidentifikasi sejauh mana peserta terus memanfaatkan Canva secara mandiri serta potensi pengembangan pelatihan lanjutan sesuai kebutuhan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan keterampilan desain grafis digital kepada pelaku UMKM di Kampung Badran Sari melalui pelatihan Canva guna memperkuat identitas merek usaha mereka. Program ini berjalan lancar dan berhasil mencapai sebagian besar tujuan. Kegiatan tersebut melibatkan pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha yang sebelumnya memiliki keterbatasan dalam penguasaan desain grafis untuk promosi usaha. Berikut adalah hasil total dari setiap langkah yang telah dilakukan.

Tabel 1. Hasil Kegiatan

Aspek yang Diperoleh	Hasil
Peningkatan Keterampilan Desain Grafis Peserta	Sebanyak 80% peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan desain grafis, mampu membuat logo, katalog, dan media promosi digital secara mandiri menggunakan Canva.
Implementasi Identitas Merek dalam Desain	Sebanyak 85% pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kemampuan untuk menghasilkan desain logo, stiker, dan katalog produk yang mencerminkan karakteristik usaha mereka setelah pelatihan.
Motivasi dan Partisipasi Peserta	Sebanyak 85% pelaku UMKM menunjukkan peningkatan motivasi dan keterlibatan selama pelatihan, dengan antusiasme tinggi dalam mempraktikkan pembuatan desain serta aktif dalam berdiskusi dan berbagi ide dalam aktivitas pelatihan.
Keberlanjutan Pemanfaatan Keterampilan	Sebanyak 80% peserta menunjukkan komitmen untuk terus mengembangkan keterampilan desain grafis secara mandiri setelah pelatihan berakhir.

Pengembangan Keterampilan Desain Grafis Peserta

Pengembangan kemampuan dalam desain grafis peserta dapat diukur melalui hasil demonstrasi karya dan evaluasi terhadap produk desain yang dihasilkan menggunakan Canva. Sebanyak 80% peserta menunjukkan kemajuan signifikan dalam kemampuan mereka untuk membuat desain logo, katalog produk, dan media promosi digital secara mandiri. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa pelatihan teknis yang diberikan, diikuti dengan praktik mandiri dan pendampingan individual, efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta.

Pelatihan yang mengintegrasikan penggunaan Canva memberikan peserta pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara memanfaatkan berbagai fitur desain grafis digital. Hal ini memungkinkan mereka untuk menciptakan desain yang lebih profesional dan sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing. Selain itu, peningkatan keterampilan desain grafis ini tidak hanya memperkaya kemampuan teknis peserta, tetapi juga memberikan dampak positif dalam memperkuat identitas merek usaha mereka. Pendekatan pembelajaran yang sistematis dan berbasis praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan peserta dalam alat desain digital untuk promosi bisnis.

Implementasi Identitas Merek dalam Desain

Sebanyak 85% pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berhasil menghasilkan desain logo, stiker, dan katalog produk yang mencerminkan karakteristik usaha mereka setelah mengikuti pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan desain grafis dengan menggunakan Canva efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta untuk menciptakan elemen desain yang tidak hanya menarik, tetapi cocok dengan identitas merek mereka. Melalui pelatihan ini, peserta mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai prinsip dasar desain grafis, seperti pemilihan warna, tipografi, dan elemen visual yang dapat mendukung citra merek usaha mereka.

Hasil desain yang dihasilkan peserta menunjukkan adanya kesesuaian antara desain dengan karakteristik dan visi usaha mereka. Peningkatan keterampilan ini memungkinkan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk lebih percaya diri dalam membuat materi promosi yang profesional, baik untuk keperluan digital maupun cetak. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memperkuat kemampuan desain, tetapi juga berperan dalam membangun identitas merek yang lebih konsisten dan membuat bisnis mereka lebih kompetitif di pasar.

Motivasi dan Partisipasi Peserta

Sebanyak 85% pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menunjukkan peningkatan motivasi dan keterlibatan yang signifikan sepanjang pelatihan. Hal ini terlihat dari antusiasme tinggi yang ditunjukkan oleh peserta dalam mempraktikkan pembuatan desain, baik logo, katalog produk, maupun media promosi digital. Peserta tidak hanya mengikuti instruksi dengan baik, tetapi juga menunjukkan minat untuk mempelajari lebih lanjut tentang fitur-fitur Canva yang dapat mendukung kebutuhan desain mereka.

Selama sesi pelatihan, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga sangat tertarik untuk berbicara dan berbagi ide dengan sesama peserta selama sesi pelatihan. Aktivitas ini menciptakan suasana yang kolaboratif, memungkinkan peserta untuk saling

memberi masukan serta memperluas wawasan mengenai desain grafis yang sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing. Keterlibatan aktif ini mencerminkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga memotivasi mereka untuk lebih percaya diri dan kreatif dalam mengembangkan identitas merek usaha mereka.

Keberlanjutan Pemanfaatan Keterampilan

Setelah pelatihan selesai, sebagian besar pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melanjutkan penggunaan keterampilan desain grafis yang telah dipelajari, terutama dalam pembuatan materi promosi digital seperti logo, katalog produk, dan stiker. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan kemampuan desain mereka dalam jangka panjang. Meskipun ada beberapa peserta yang mengalami tantangan dalam mengoptimalkan penggunaan Canva secara mandiri, mayoritas peserta tetap menggunakan aplikasi tersebut untuk mengembangkan desain produk mereka, meskipun dalam kapasitas yang lebih terbatas.

Keberlanjutan ini menunjukkan bahwa meskipun ada hambatan dalam mengintegrasikan keterampilan baru secara penuh, ada kesadaran yang lebih tinggi di kalangan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tentang pentingnya desain grafis yang menarik untuk memperkuat identitas merek mereka. Oleh karena itu, langkah selanjutnya adalah terus memberikan dukungan, baik melalui pendampingan tambahan maupun sumber daya yang dapat membantu mereka dalam mengatasi tantangan yang ada, sehingga keterampilan desain grafis yang telah diperoleh dapat terus dimanfaatkan untuk kemajuan usaha mereka dalam jangka panjang.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif dalam mengembangkan keterampilan desain grafis pelaku UMKM di Kampung Badran Sari. Melalui pelatihan penggunaan aplikasi Canva, peserta mampu mengembangkan kemampuan dalam membuat logo, katalog, dan media promosi digital secara mandiri. Inovasi metode pelatihan berbasis praktik ini terbukti efektif dalam mendorong kreativitas dan memperkuat identitas visual usaha para peserta. Hasil karya peserta menunjukkan peningkatan kualitas dalam aspek desain, yang berpotensi mendukung promosi produk secara lebih luas dan menarik. Secara teoritis, kegiatan ini memperkaya konsep pemberdayaan UMKM melalui pelatihan desain grafis digital sederhana, sehingga dapat menjadi model alternatif pengembangan keterampilan digital di tingkat masyarakat.

Untuk kegiatan pengabdian berikutnya, disarankan agar program diperluas dengan pendampingan pascapelatihan secara berkala, penyediaan materi pembelajaran tambahan, serta fasilitasi komunitas daring sebagai wadah berbagi ide dan hasil karya. Selain itu, memperkenalkan platform digital marketing sederhana dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi program secara berkelanjutan.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Ilmu Komputer Universitas Muhammadiyah Metro atas dukungan dan bantuan pendanaan yang telah diberikan. Dukungan ini sangat membantu dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian, khususnya untuk meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM di Kampung Badran Sari.

Kami juga menyampaikan apresiasi kepada Perangkat Kampung Badran Sari yang telah bekerja sama dengan kami dalam menyediakan fasilitas dan mendukung kelancaran kegiatan di Balai Desa. Tidak lupa, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada peserta UMKM, yaitu Aneka Snack Moga Jaya, Gondo Arum, Berkah Ilahi, dan Dua Putra, yang telah berpartisipasi aktif dan antusias sepanjang pelatihan. Kerja sama dan semangat semua pihak telah memperkaya pelaksanaan kegiatan pengabdian ini serta memastikan tercapainya hasil yang optimal.

Referensi

- Adiwena, B., Bentri, S. A., Elson, S., Fernando, S., Leonardo, L., Prado, P., & Martino, R. (2023). Redesain Logo Sebagai Upaya Memperkuat Identitas Merek UD. *Usahabaru. Artika*, 7(1), 13-24.
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 674-681.
- Al Farisi, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84.
- Aqmal, I. U., & Mattoasi. (2024). Pemasaran konten untuk meningkatkan kesadaran merek UMKM Desa Botutono. *Sosiologi Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 120-124.
- Destrina, A. A., Lukyanto, G. C., Dewanti, M. C., & Aminah, S. (2022). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM Rajutan BKL Bismo. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi*, 2(2), 1473-1478.
- Novita, D., Amelia, L., & Kesuma, D. P. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pembuatan Logo Produk Usaha Rumahan. *FORDICATE*, 3(1), 82-91.
- Parinduri, S. H. (2023). Manfaat Canva untuk Melatih Kreativitas Pembuatan Mind Map Mata Kuliah Alat-Alat Ukur dan Instrumentasi. *Jurnal Inovasi Pendidikan Sains dan Terapan (INTERN)*, 2(2), 51-61.
- Sudrartono, T., Nugroho, H., Irwanto., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Maknunah, L. U., Amaria, H., Witi, F. L., Nuryanti., & Sudirman, A. (2022). Kewirausahaan UMKM di Era Digital.
- Suntoro, W., & Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis pengaruh pengalaman merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek. *Modus*, 32(1), 25-41.
- Widayanti, L., Kala'lembang, A., Rahayu, W. A., Riska, S. Y., & Sapoetra, Y. A. (2021). Edukasi pembuatan desain grafis menarik menggunakan aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 91-102.

- Yulianti, H. V., Masrifah, M., Hakiki, N., Haryanto, I., Adawiah, A. R., & Saripudin, A. (2024). Aturan Hukum dan Esensial dari Penggunaan Logo sebagai Bentuk Identitas dan Kesadaran Merek Bagi UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 637-643.
- 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.