

Original Research Paper

Pendampingan Pemanfaatan Media Canva Sebagai Alat Peraga Bisnis Bagi Industri Usaha Keripik Tempe Desa Lingga Tiga

Yudi Prayoga¹, Abd Halim², Syaiful Zuhri Harahap³, Muhammad Syahfii⁴, Sayidina Umar⁵, Fitra Fadlan⁶

¹*Universitas Labuhanbatu*

DOI : <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v8i2.11827>

Sitasi: Prayoga Y., Halim, A., Harahap, S, Z., Syahfii, M., Umar, S., Fadlan, F. (2025). Pendampingan Pemanfaatan Media Canva Sebagai Alat Peraga Bisnis Bagi Industri Usaha Keripik Tempe Desa Lingga Tiga. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 8(2)

Article history

Received: 17 Mei 2025

Revised: 27 Mei 2025

Accepted: 20 Juni 2025

*Corresponding Author: Yudi Prayoga, Universitas Labuhanbatu Name, Kota Rantauprapat, Kabupaten Labuhanbatu
Email: prayogayudi03@gmail.com

Abstract: Perkembangan teknologi memberikan peluang besar bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing melalui strategi promosi digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha keripik tempe di Desa Lingga Tiga dalam memanfaatkan media Canva sebagai alat peraga bisnis. Metode pelaksanaan terdiri atas tiga tahapan: pemetaan permasalahan mitra, perancangan pelatihan, dan pendampingan langsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mendesain materi promosi menggunakan Canva, seperti poster, stiker produk, dan konten digital lainnya. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan mampu menghasilkan desain visual yang menarik secara mandiri. Kesimpulannya, pemanfaatan Canva terbukti efektif sebagai media bantu promosi bagi UMKM, serta mampu mendorong transformasi digital dalam pemasaran produk lokal. Program ini memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan kapasitas SDM dan daya saing usaha keripik tempe di era digital.

Keywords: Canva, UMKM, Keripik Tempe, Promosi Digital, Pendampingan

Pendahuluan

Semakin luasnya dampak kehadiran teknologi dalam aktivitas bisnis semakin memberikan keberkahan bagi siapapun yang mampu memanfaatkan teknologi dengan bijak bahkan sesuai dengan tujuan yang baik (Dowling-Hetherington et al., 2020). Dinamisnya perkembangan teknologi dalam dunia bisnis secara perlahan mengarahkan apapun jenis usaha dan bisnis jika bersentuhan dengan teknologi baik dalam produksi atau pemasaran akan memberikan hal positif terhadap organisasi dan produk yang dimiliki tak terkecuali bagi pelaku usaha kecil dan

menengah. Menurut (Juniarti & Omar, 2021) usaha kecil dan menengah (UKM) memberikan kontribusi yang sangat besar dalam perekonomian. Oleh karena itu, adopsi teknologi menjadi suatu keharusan untuk membantu UKM berkembang.

Salah satu usaha mikro kecil dan menengah yang sudah berpengalaman sejak tahun 2020 merupakan usaha keluarga dan masih aktif memproduksi adalah Industri Keripik Tempe yang terletak di Desa Lingga Tiga, Kecamatan Bilah Hulu, Kabupaten Labuhanbatu. Industri Keripik Tempe ini telah mengalami pasang surut dalam menjalani usahanya namun hingga kini masih eksis dan mampu bertahan dengan gempuran produk

industri keripik modern. Menurut (Dewi et al., 2021) tempe adalah salah satu makanan asli dari Indonesia yang berasal dari fermentasi kedelai yang menjadi makan sehari-hari yang dikonsumsi oleh hampir penikmat tempe di Indonesia. Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan yang diperoleh setiap manusia, tempe yang merupakan makanan tradisional kini tempe menjadi bahan dasar utama pembuatan industri keripik tempe.

Menurut (Kadir & Toaha, 2023) agroindustri tempe merupakan industri berbasis rumah tangga yang memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan. Sebagai komoditas, tempe memiliki potensi yang sangat baik dan masih memiliki peluang pasar yang sangat luas. Ia menambahkan beberapa permasalahan yang dihadapi industri tempe umumnya terjadi pengetahuan sumber daya manusia yang terbatas dalam pengembangan usahanya, minim inovasi produk dan keterbatasan modal usaha. Permasalahan khusus lainnya mengenai pengembangan usaha mikro kecil dan menengah adalah masih memasarkan produk dengan sistem door to door dan sistem pesanan. Hal ini tentunya bertolak belakang tujuan usaha mikro kecil dan menengah sejatinya mampu membuka lapangan pekerjaan dan mengurangi pengangguran bahkan salah satu pendukung perekonomian di tingkat mikro. Demikian halnya dengan Industri Keripik Tempe di Desa Lingga Tiga memiliki permasalahan dalam pengembangan usaha diantaranya adalah strategi pemasaran yang masih bersifat tradisional dan menolak melibatkan peran teknologi dalam pemasarannya.

Berdasarkan penelitian (Achmad, 2023) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan keberhasilan implementasi e-commerce di UMKM antara lain ketersediaan infrastruktur digital, pengetahuan dan keterampilan digital, strategi pemasaran dan branding, serta kualitas produk dan layanan. Maka dari itu, pentingnya pengabdian masyarakat ini berdasarkan analisis yang terjadi di lapangan dan informasi dari referensi yang digunakan menemukan permasalahan yang dihadapi Industri Keripik Tempe Lingga Tiga diantaranya permasalahan Sumber Daya Manusia seperti tingkat pengetahuan dan rendahnya literasi dalam inovasi pengembangan produk, fokus industri memproduksi sebanyak-banyak tanpa memikirkan konsep pemasaran secara matang dan minimnya

literasi pemanfaatan teknologi terutama dalam menunjang promosi dan pemasaran.

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini berupa pendampingan strategi pemasaran online media canva, dimana gambaran kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dimulai dari mengidentifikasi permasalahan seperti yang sudah diuraikan sebelumnya. Selanjutnya mengukur tingkat literasi dan pengetahuan serta ketrampilan Sumber Daya Manusia yang melakukan inovasi produk, pengemasan dan promosi dan tahap akhir aplikasi media canva sebagai cara pemasaran yang unik dan menarik. Menurut (Sholeh et al., 2020) salah satu upaya untuk memberikan cara yang mudah dan menarik dalam membuat konten adalah dengan menggunakan aplikasi yang menawarkan template. Salah satu aplikasi yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan Canva pelaku bisnis dapat membuat konten dengan pilihan template yang sudah tersedia, membuat logo, poster, info grafis, newsletter, blog gambar unggulan, faktur, thumbnail Youtube dan desain kemasan.

Metode

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini penulis berencana menggunakan beberapa tahapan dalam melakukan pendampingan Pemanfaatan Media Canva Sebagai Alat Peraga Bisnis Bagi IndustriUsaha Keripik Tempe di Desa Lingga Tiga Kec. Bilah Hulu, Kabupaten Labuhanbatu. Adapun tahapannya menurut terbagi atas tiga cara yaitu:



Gambar. 1. Metode Pelaksanaan Metode Pelaksanaan

Pemetaan

Langkah pertama ini melakukan pengumpulan data observasi berupa kondisi Industri Usaha Keripik Tempe seperti desain produk dan ketersediaan dan keunggulan yang dimiliki sumber daya manusia dengan wawancara serta diskusi hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi seperti mengalami kesulitan dalam pembuatan konten gambar untuk promosi di media sosial, sehingga pelaksanaan digital marketing masih belum efektif dan efisien. Kemudian mengidentifikasi permasalahan, tahapan ini selain menemukan permasalahan pada mitra, tim pengabdian menentukan solusi kegiatan pengabdian masyarakat serta solusi tepat sasaran yang mampu mengatasi permasalahan.

Perancangan

Tahap kedua ini dilakukan adalah mempersiapkan alat pendukung peraga seperti laptop, infokus dan aplikasi canva. Penjelasan Penggunaan Aplikasi Canva kepada Industri Usaha Keripik Tempe Meranti. Penjelasan aplikasi Canva ini tentang fitur-fitur dalam aplikasi Canva dan bagaimana prosedur penggunaannya. Pelaku Industri Usaha Keripik Tempe Meranti diberikan penjelasan dan pemahaman tentang kelebihan dan kemudahan penggunaan aplikasi Canva. Selanjutnya praktik penggunaan aplikasi canva membuat desain promosi produk Industri Usaha Keripik Tempe Meranti diantaranya menggunakan poster.

Pendampingan

Tahap terakhir ini kegiatan pendampingan ini dilakukan dengan memaparkan pentingnya konten gambar yang menarik dalam promosi produk, serta pengenalan dan cara penggunaan aplikasi Canva dan demonstrasikan desain promosi dengan canva.

Program pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha keripik tempe di Desa Lingga Tiga dalam memanfaatkan media Canva sebagai alat peraga bisnis. Dengan menggunakan Canva, diharapkan para pelaku usaha dapat membuat materi promosi yang menarik dan efektif untuk meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program ini diukur melalui kehadiran peserta dan interaksi yang terjadi selama sesi pendampingan.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Lingga Tiga Kecamatan Bilah Hulu, Kabupaten Labuhanbatu, memberikan hasil yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku Industri Usaha Keripik Tempe dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya aplikasi Canva sebagai alat bantu visual dalam promosi produk. Berdasarkan tahapan pelaksanaan yang dimulai dari pemetaan, perancangan, hingga pendampingan, dapat disimpulkan bahwa metode ini berhasil mencapai sasaran yang ditetapkan.



Gambar 1. Poster promosi 'Keripik Tempe Ibu Suwarni' dengan desain menarik dan informatif.

Pada tahap pemetaan, ditemukan bahwa pelaku usaha mengalami kesulitan dalam membuat konten promosi berbasis gambar untuk media sosial. Hal ini mengakibatkan kegiatan digital marketing tidak berjalan dengan efektif dan efisien. Selain itu, rendahnya literasi teknologi juga menjadi penghambat utama dalam pengembangan promosi produk secara daring.

Tahap perancangan dilakukan dengan menyiapkan sarana pelatihan seperti laptop, infokus, dan akun Canva. Dalam sesi ini, pelaku usaha diberikan pemahaman tentang fitur-fitur Canva dan kelebihan penggunaan platform tersebut dalam mendesain materi promosi. Pelatihan dilanjutkan dengan praktik langsung membuat desain menggunakan Canva. Produk yang berhasil dibuat antara lain poster promosi produk dan desain kemasan sederhana untuk Keripik Tempe.



Gambar 2. Desain konten 'Kripik Pedas' yang dibuat menggunakan Canva

Pada tahap pendampingan, peserta ditunjukkan secara langsung pentingnya konten visual dalam menarik perhatian konsumen, dan mereka diajak untuk mencoba membuat desain mandiri. Hasilnya, sebagian besar peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan mulai mempraktikkan desain promosi untuk produknya.



Gambar 3. Stiker bulat produk 'Keripik Tempe' sebagai identitas brand.

Evaluasi

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan kepada satu UMKM, yaitu Industri Keripik Tempe di Desa Lingga Tiga, menunjukkan hasil yang positif berdasarkan proses evaluasi selama pelatihan berlangsung. Peserta yang merupakan pemilik usaha menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap

pelatihan dan pendampingan yang diberikan. Meskipun sebelumnya belum terbiasa menggunakan media digital untuk promosi, peserta mampu memahami materi pelatihan yang disampaikan secara bertahap. Evaluasi dilakukan secara langsung melalui pengamatan partisipasi aktif saat praktik menggunakan Canva, serta melalui diskusi terkait konsep desain yang akan diterapkan dalam mempromosikan produknya. Peserta juga berhasil menghasilkan beberapa karya visual berupa poster dan stiker produk, yang menggambarkan peningkatan pemahaman terhadap pentingnya visualisasi dalam pemasaran. Namun demikian, tantangan yang muncul adalah keterbatasan dalam penguasaan teknis digital pada awal pelatihan, sehingga proses pembelajaran membutuhkan pendekatan lebih sabar dan personal dari tim pendamping.

Kesimpulan

Kegiatan pendampingan ini dapat disimpulkan berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan media Canva sebagai alat peraga bisnis. Pelaku usaha yang menjadi peserta kegiatan menunjukkan perkembangan signifikan dalam kemampuan mendesain materi promosi digital secara mandiri. Melalui tahapan pemetaan, perancangan, dan pendampingan, peserta tidak hanya memahami pentingnya pemasaran visual, tetapi juga mampu mempraktikkannya dalam bentuk desain yang menarik dan siap digunakan dalam promosi produk Keripik Tempe. Program ini membuktikan bahwa dengan pendekatan yang tepat dan materi yang sesuai, pelaku usaha kecil pun dapat beradaptasi dengan teknologi digital untuk mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis mereka.

Saran

Sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini, disarankan agar dilakukan program pendampingan lanjutan yang lebih intensif, khususnya terkait pembuatan konten promosi video dan pengelolaan akun media sosial. Hal ini penting untuk memperluas jangkauan pemasaran dan membangun branding produk secara lebih maksimal. Selain itu, peserta juga disarankan untuk secara konsisten menggunakan Canva dalam membuat materi

promosi agar keterampilan yang telah diperoleh dapat terus berkembang. Untuk mendukung efektivitas promosi secara daring, pelaku usaha juga perlu mulai memanfaatkan platform penjualan digital seperti marketplace dan media sosial. Akhirnya, evaluasi berkala dan bimbingan dari pihak pendamping atau instansi terkait sangat diperlukan untuk memastikan bahwa transformasi digital yang telah dimulai terus berlanjut secara mandiri dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- AM, A. M. A., Achmad, V. S., Syarif, I., Jukarnain, J., & Supriatin, T. (2023). Self Efficacy of Self-Care Adherence in People with Hypertension. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 12(1), 216-223.
- Dowling - Hetherington, L., Glowatz, M., McDonald, E., & Dempsey, A. (2020). Business students ' experiences of technology tools and applications in higher education. *International Journal of Training and Development*, 24(1), 22-39.
- Dewi, L. J. E., Wijaya, I. N. S. W., & Seputra, K. A. (2021, March). Web-based Buleleng regency agriculture product information system development. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1810, No. 1, p. 012029). IOP Publishing.
- Juniarti, R. P., & Omar, A. (2021, November). Technology Adoption in Small and Medium Enterprises (SMEs). In *BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference (BISTIC 2021)* (pp. 91-101). Atlantis Press.
- Kadir, S. (2023). Analysis of Sale and Buy Practices in A Review of Sharia Economic Law:(Study on China Market in Bone Regency). *El-Uqud: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 15-27.
- Sholeh, R., & Huda, K. (2020). Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Volume Pejualan Ritel Di Kota Mojokerto. *OPTIMA*, 3(1).