

Optimalisasi *Digital Marketing* Dalam Pemanfaatan Canva Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang

Intan Putri^{1*}, Nanda Syukerti², Ahmad Iman Mulyadi³, Hilda Puspita⁴,
Muhammad Andri Zuliansyah⁵

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Selatan

³Jurusan Bahasa Inggris, Politeknik Negeri Sriwijaya

⁴Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Bengkulu

⁵Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya

*email: intanputri@uss.ac.id

Abstract

It turns out that the large opportunity for using social media as product promotion cannot be fully utilized by UMKM. Most of them do not understand the benefits and important role of online media, have difficulty creating attractive promotional image content, have limited knowledge of application technology, and have limited creativity in graphic design. Attractive promotional content is one of the main keys to digital marketing. Canva is an application technology that offers convenience in graphic design. The existence of the Canva application can certainly be utilized by UMKM in creating image content as product promotion because its use is relatively easy. Implementation of community service activities is carried out face to face using digital learning methods and active learning using project based learning as additional media. This activity was attended by the community as UMKM actors under the auspices of the 26 Ilir Literacy Village, Palembang City.

Keywords: Digital Marketing, Aplikasi Canva, UMKM

Abstrak

Besarnya peluang penggunaan media sosial sebagai promosi produk ternyata belum bisa dimanfaatkan sepenuhnya oleh pelaku UMKM. Kebanyakan dari mereka belum memahami manfaat serta peran penting media online, kesulitan untuk membuat konten gambar promosi yang menarik, terbatasnya pengetahuan teknologi aplikasi, dan terbatasnya kreativitas pada desain grafis. Konten promosi yang menarik merupakan salah satu kunci utama pada digital marketing. Canva menjadi salah satu teknologi aplikasi yang menawarkan kemudahan dalam desain grafis. Adanya aplikasi Canva ini tentu bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam pembuatan konten gambar sebagai promosi produk karena penggunaannya yang terbilang mudah. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan tatap muka menggunakan metode pembelajaran digital dan aktif learning menggunakan project based learning sebagai media tambahannya. Kegiatan ini dihadiri oleh masyarakat sebagai pelaku UMKM dalam naungan Kampung Literasi 26 Ilir Kota Palembang.

Kata Kunci: Digital Marketing, Aplikasi Canva, UMKM

PENDAHULUAN

Sehubungan dengan program pemerintah dalam bidang bisnis untuk memenuhi berbagai tuntutan di era industri 4.0, pelaku UMKM tentu memiliki peran

yang penting demi tercapainya tuntutan tersebut, khususnya dalam perekonomian. Selain bisa menjangkau pasar lebih luas, penggunaan media sosial untuk promosi produk juga akan menghemat biaya

pemasaran, sekaligus menjadikan ruang dan waktu pemasaran menjadi tidak terbatas (Andri et al., 2019).

Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan, sudah seharusnya semua pelaku usaha, terutama UMKM memanfaatkan adanya media sosial dalam pemasaran produk, mengingat banyaknya keuntungan yang akan didapatkan. Besarnya peluang penggunaan media sosial sebagai promosi produk ternyata belum bisa dimanfaatkan sepenuhnya oleh pelaku UMKM. Kebanyakan dari mereka belum memahami manfaat serta peran penting media sosial, kesulitan untuk membuat konten gambar promosi yang menarik, terbatasnya pengetahuan teknologi aplikasi, dan terbatasnya kreativitas pada desain grafis. Menurut Khomariah & Primandari (2021) konten promosi yang menarik merupakan salah satu kunci utama pada *digital marketing*.

Canva menjadi salah satu teknologi aplikasi yang menawarkan kemudahan dalam desain grafis. Adanya aplikasi Canva ini tentu bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM dalam pembuatan konten gambar sebagai promosi produk karena penggunaannya yang terbilang mudah. Aplikasi Canva bisa diakses dengan mudah melalui desktop berbasis web maupun mobile. Canva memberikan banyak fitur-fitur menarik seperti template, elemen, teks, video, dan lain sebagainya. Canva dibagi menjadi dua, yaitu versi berbayar dan tidak berbayar. Akun berbayar semakin memudahkan dalam pembuatan konten karena fitur yang disediakan menjadi tidak terbatas. Namun, akun tidak berbayar pun sudah mendapatkan banyak keuntungan, seperti misalnya ribuan template menarik yang disediakan gratis. Adapun template tersebut berupa logo, poster, konten sosial media, kemasan produk, newsletter, dan lain sebagainya. Template tersebut bisa dengan mudah dikreasikan, bahkan bagi pemula sekalipun dalam bidang desain grafis.

Canva merupakan salah satu aplikasi online yang dapat digunakan untuk

membuat desain grafis untuk berbagai macam kebutuhan seperti logo, konten social media, banner dan lainlain (Purwati & Perdanawanti, 2019). Canva dapat digunakan di berbagai platform seperti web maupun mobile (Setyorini et al., 2022). Canva juga merupakan salah satu aplikasi yang memiliki keberhasilan dalam meningkatkan layanan informasi promosi melalui media online yang sudah banyak digunakan (Saman et al., 2021).

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mengoptimalkan *Digital Marketing* dalam Pemanfaatan Canva Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang, dengan pembuatan konten menggunakan canva yang nantinya konten tersebut diunggah pada social media. Persoalan yang sering dialami pelaku usaha dalam menggunakan media sosial adalah membuat konten yang menarik dan mudah. Upaya untuk memberikan cara membuat konten yang mudah dan menarik adalah dengan menggunakan aplikasi yang menawarkan template-template. Salah satu aplikasi yang bisa digunakan adalah dengan menggunakan Canva. Dengan Canva, pelaku usaha dapat membuat konten dengan pilihan template yang sudah tersedia, membuat logo, poster, info grafis, *newsletter*, *featured image blog*, *invoice*, *thumbnail Youtube* serta desain kemasan. Dalam pelaksanaan pendampingan ini, pelaksanaan dilakukan dengan menggunakan metode diskusi untuk memetakan persoalan yang dihadapi masyarakat atau pengunjung dalam penggunaan media sosial. Diskusi ini digunakan untuk memetakan sejauh mana persoalan dalam membuat konten serta dan penggunaan Canva serta dengan memberikan pelatihan dan pendampingan. Hasil akhir dari kegiatan ini peserta mempunyai gambaran dan mampu menggunakan Canva.

METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu metode diskusi dan pendampingan. Pemilihan

metode diskusi yang tepat merupakan salah satu faktor tercapainya tujuan dari kegiatan pengabdian ini dapat berjalan efektif. Diskusi yang *fun* atau menyenangkan menjadi metode pelaksanaan yang tepat dengan sasaran pelaku UMKM dapat menangkap atau memahami materi mengenai Optimalisasi *Digital Marketing* dalam Pemanfaatan Canva Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang.

Pelaksanaan kegiatan ini akan dilaksanakan pada hari Sabtu, 16 September 2023 bertempat 26 Ilir Kota Palembang. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk diskusi, dan peserta mendapatkan kesempatan untuk memberikan pertanyaan.

Gambaran umum mekanisme pelaksanaan kegiatan yang terdapat pada Tabel 3. merupakan bentuk diskusi dan pendampingan. Pendamping dan diskusi yang *fun* atau menyenangkan menjadi metode pelaksanaan yang tepat dengan sasaran pelaku UMKM dapat menangkap atau memahami materi mengenai Optimalisasi *Digital Marketing* dalam Pemanfaatan Canva Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang.

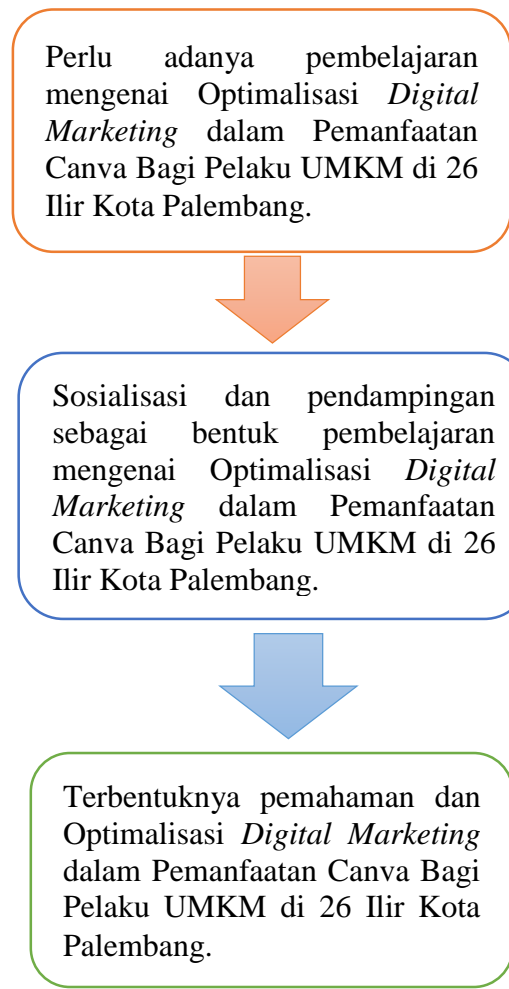
Tabel 3. Susunan Pelaksanaan

Kegiatan

No	Kegiatan	Penanggungjawab
1	Pembukaan	Moderator
2	Panel	Pemateri
3	Tanya-jawab atau <i>fun game</i>	Pemateri dan peserta.
4	Penutupan	Moderator

Sumber: Olahan Penulis, 2023

Bagan 1. Skema Pemecahan



Sumber: Olahan Penulis, 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan tatap muka menggunakan metode pembelajaran digital dan aktif *learning* menggunakan *project based learning* sebagai media tambahannya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Optimalisasi *Digital Marketing* dalam Pemanfaatan Canva Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang dilaksanakan pada hari Sabtu, 16 September 2023 bertempat 26 Ilir Kota Palembang. Kegiatan ini dihadiri oleh masyarakat sebagai pelaku UMKM dalam naungan Kampung Literasi 26 Ilir Kota Palembang.



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Adapun pokok pembahasan atau materi yang disampaikan yaitu Sehingga pada kegiatan awal pelatihan para peserta diberikan materi tentang pengenalan canva terlebih dahulu. Salah satu caranya adalah dengan meminta para peserta mengunjungi halaman situs dari canva yaitu www.canva.com. Aplikasi canva merupakan program desain online yang menyediakan berbarbagai macam template desain yang bisa pakai untuk membuat media pembelajaran. Menurut Wulandari & Mudinillah, (2022, hlm, 110) Canva merupakan salah aplikasi yang banyak digemari dikalangan guru untuk memanfaatkan dalam membuat media pembelajaran. Terdapat berbagai fitur template yang menarik dapat digunakan untuk membuat media pembelajaran dan dapat dikembangkan untuk mendesain media pembelajaran sekreatif mungkin sehingga media pembelajaran memiliki makna yang lebih komunikatif serta visualisasi media pembelajaran yang lebih menarik perhatian peserta didik. Diantara banyaknya aplikasi yang digunakan guru dalam membuat media pembelajaran yaitu canva (Wulandari & Mudinillah, 2022, hlm.103).

Canva adalah aplikasi desain online yang menyediakan bermacam desain grafis seperti halnya infografis, ppt, resume, famlet, poster dan lain sebagainya (Tanjung & Faiza, 2019 dalam Mudinillah dkk., (2022, hlm. 103). Canva dapat mempermudah guru dalam medesain media pembelajaran, sebagaimana Triningsih, (2021, hlm. 130) menjelaskan bahwa canva dapat mempermudah guru dan peserta didik melaksanakan kegiatan proses pembelajaran berbasis teknologi, keterampilan, kreativitas dan manfaat lainnya, hal ini dikarenakan dapat menarik perhatian minat peserta didik untuk belajar dengan penyajian media pembelajaran dan materi pembelajaran yang menarik.

Kelebihan Canva Menurut Raaihani (2021, hlm. 13) kelebihan aplikasi canva dapat digunakan sebagai pembuatan media pembelajaran diantaranya sebagai berikut:

- 1) Memiliki varian template desain grafis yang menarik.
- 2) Dapat melatih kreativitas guru dalam membuat media pembelajaran. serta memiliki banyak fungsi yang sudah disediakan didalam aplikasi canva, dengan adanya fitur drag and drop.
- 3) Dalam membuat media pembelajaran dapat menghemat waktu.
- 4) Peserta didik bisa mempelajari kembali materi yang sudah dibagikan guru.
- 5) Dalam mendesain media pembelajaran bisa dilakukan kapan saja, dan bisa dilakukan dengan menggunakan handphone ataupun laptop.

Kekurangan Canva Menurut Garris Pelangi, (2020, hlm. 88) ada beberapa kekurangan aplikasi canva yang dapat digunakan sebagai pembuatan media pembelajaran diantaranya sebagai berikut:

- 1) Aplikasi canva harus menggunakan koneksi internet yang stabil. Jika tidak terhubung

dengan koneksi internet dalam smartphone atau laptop yang dapat dijangkau oleh aplikasi canva maka aplikasi canva tidak dapat digunakan dalam memproses atau membuat desain.

- 2) Pada aplikasi canva terdapat templat yang dapat diakses secara berbayar dan gratis. Akan tetapi dalam hal tersebut, tidak dipermasalahkan karena banyak template yang menarik dapat diakses secara gratis didalam aplikasi canva yang dapat digunakan dalam membuat media pembelajaran. Hanya saja sebagaimana pengguna pada aplikasi canva dapat mendesain atau membuat media pembelajara secara menarik harus mengandalkan skill kreatif dalam mendesain media pembelajaran dengan menggunakan aplikasi canva.

Konten merupakan hal yang penting dan wajib diperhatikan ketika melakukan promosi di media sosial. Konten yang menarik adalah konten yang bisa membuat konsumen memahami sekaligus menumbuhkan rasa percaya pada produk yang kita dijual. Artinya, semakin bernilai suatu konten, semakin produk tersebut sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan dari konsumen, maka *feedback* konsumen terhadap produk yang dipromosikan akan didapatkan.

Konten gambar menjadi salah satu konten yang dapat menarik perhatian konsumen. Tidak hanya sekedar memposting gambar produk, namun diperlukan ide serta kreativitas dari pelaku usaha untuk mengemas gambar produk tersebut menjadi konten yang bernilai. Namun, keterbatasan dalam ide, kreativitas, dan skill desain yang masih menjadi permasalahan bagi pelaku UMKM tentu menghambat pemaksimalan digital marketing. Canggihnya teknologi informasi di era 4.0 ini banyak memunculkan aplikasi-aplikasi yang bisa membantu pekerjaan menjadi lebih mudah. Salah satu dari sekian banyak aplikasi desain yang memberikan banyak penawaran menarik sekaligus mudah pengoperasiannya adalah Canva. Canva

adalah aplikasi desain yang menawarkan ribuan template gratis dan berbagai fitur menarik untuk membantu dalam pembuatan konten gambar.

Template dan fitur tersebut bisa dikombinasikan untuk membantu mengembangkan kreativitas dalam mendesain berbagai konten. Sebelum menggunakan aplikasi Canva, pengguna harus mendaftarkan diri menggunakan email yang bisa diakses melalui desktop (*website*) maupun mobile (*smartphone*).

Proses pendaftaran diperlukan untuk memudahkan penggunaan fitur-fitur yang telah disediakan oleh Canva. Apabila ingin menikmati fitur tanpa batas, bisa menggunakan Canva premium. Namun tidak perlu khawatir, pengguna Canva non-premium pun masih tetap bisa menggunakan banyak fitur-fitur Canva seperti template, elemen, teks, dan lain sebagainya. Template Desain Canva Canva memiliki banyak template untuk mempermudah desain konten. Template-template yang sering digunakan diantaranya adalah media sosial, logo, poster, dan lain sebagainya. Untuk membuat konten gambar promosi di media sosial, tentu yang dibutuhkan adalah template konten media sosial. Template ini berisi konten-konten postingan di media sosial seperti instagram dan facebook, yang bisa dikreasikan sesuai dengan keinginan.

Penggunaan template cukup mudah dilakukan untuk pemula. Setelah memilih template yang diinginkan, hanya perlu mengklik template tersebut dan mulai mendesain. Perlu diingat, untuk template dengan tulisan Pro, berarti hanya diperbolehkan untuk akun Canva premium. Template gratis bukan berarti template tersebut tidak bagus atau kurang menarik, justru sisi positifnya dengan memakai template gratis tersebut akan menghemat dari segi biaya. Selain penyampaian materi, dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut, diadakan juga sesi *project* yang diberikan oleh anak-anak sebagai peserta pengabdian kepada

masyarakat, yaitu: praktek pembuatan logo, dan lain-lain sebagai penerapan *digital marketing*.

Menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, *digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk branding (pengenalan merek) yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, jejaring sosial dan tentu saja *digital marketing* bukan hanya berbicara tentang internet marketing tapi lebih dari itu (Tarigan & Sanjaya, 2013). *Digital marketing* merupakan salah satu media yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat sebagai pendukung dalam kegiatan sehari-hari (Saputra et al., 2020). *Digital marketing* menurut American Marketing Association (AMA) adalah aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen serta pihak yang berkepentingan lainnya (Kannan & Li, 2017) *Digital marketing* menggambarkan manajemen dan pelaksanaan pemasaran menggunakan media elektronik. Dave mengatakan bahwa digital bisnis adalah *how companies apply digital technology and media to improve the competitiveness of their organization through optimizing internal processes with online* (Chaffey et al., 2015). jadi yang dimaksud *digital marketing* adalah penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online (*channel online*) ke pasar (website, e-mail, database, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya blog, feed, podcast, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendapat keuntungan serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan selain itu mengembangkan pendekatan yang terencana untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen (terhadap perusahaan, perilaku, nilai dan tingkat loyalitas terhadap merek produknya), kemudian menyatukan komunikasi yang

ditargetkan dengan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu atau pelanggan yang spesifik. Singkatnya *digital marketing* adalah mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi dan media digital.

Digital marketing merupakan kegiatan dibidang pemasaran yang memanfaatkan platform yang ada di internet dalam menjangkau para target konsumen, selain itu *digital marketing* diartikan sebagai pemasaran produk atau jasa melalui internet atau disebut dengan pemasaran-i, *web marketing*, *online marketing*, *e-marketing*, atau *e-commerce* (Hermawan , 2012). Kegiatan *digital marketing* dimanfaatkan oleh pelaku bisnis sehingga penerapan media internet dipasaran meningkat. Adapun dua manfaat *digital marketing* (Hermawan , 2012):

1. Biayanya relatif murah adalah pemasaran menggunakan *digital marketing* jauh lebih murah dan mudah menjangkau calon konsumen begitu luas dibandingkan periklanan konvensional. Sifat *digital marketing* memungkinkan konsumen memeriksa dan membandingkan produk satu dengan yang lainnya lebih nyaman.
2. Muatan informasi yang besar adalah penggunaan *digital marketing* menyediakan sejumlah informasi yang besar dan begitu luas dibandingkan dengan media konvensional seperti media cetak, radio dan televisi. *Digital marketing* juga mampu menyimpan data secara akurat yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Penggunaan *digital marketing* merupakan cara untuk mempermudah dalam memahami persoalan tujuan komunikasi yang bisa dicapai perusahaan melalui penggunaan internet sebagai berikut (Morissan, 2010) :

1. Penyebaran informasi, salah satu tujuan penting penggunaan situs web ialah menyediakan informasi secara lengkap dan mendalam mengenai produk suatu perusahaan. Perusahaan yang menggunakan *digital marketing*

- mempunyai peluang banyak untuk mendapatkan konsumen. Bisa dikatakan bahwa dengan penggunaan media internet dalam pemasaran merupakan hal yang paling tepat untuk menyampaikan informasi secara lengkap kepada masyarakat luas.
2. Menciptakan kesadaran, digital marketing terkadang lebih bermanfaat dalam menciptakan kesadaran terhadap perusahaan bahkan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan. Bagi perusahaan dengan biaya promosi terbatas, digital marketing menawarkan kesempatan untuk menciptakan kesadaran yang lebih efektif dibanding media tradisional.
 3. Tujuan riset, perusahaan memanfaatkan *digital marketing* tidak hanya dalam urusan pemasaran saja, namun digunakan untuk melakukan riset pasar dan mengumpulkan informasi mengenai perusahaan pesaing serta target konsumen.
 4. Menciptakan persepsi, perusahaan mengimplementasikan *digital marketing* yang dirancang berguna untuk menciptakan persepsi atau image baik perusahaan terhadap khalayak.
 5. Percobaan produk, perusahaan menggunakan *digital marketing* untuk menawarkan produk yang dimiliki kepada pengunjung dalam upaya mendorong konsumen supaya bersedia mencoba produk perusahaan.
 6. Meningkatkan pelayanan, peran digital marketing mampu memberikan informasi serta menjawab berbagai keluhan kesah dan pertanyaan pelanggannya. Kemampuan digital marketing juga bisa memperbaiki pelayanan dan membangun hubungan baik antara perusahaan dan konsumennya.
 7. Meningkatkan distribusi, *digital marketing* mempunyai berbagai cara dalam melakukan pemasaran, mempromosikan dan menampilkan produk. Salah satunya melalui website yang dimaksudkan untuk melakukan

kerjasama dengan nama afiliasi. Afiliasi merupakan hubungan kerjasama diantara sejumlah situs. Sehingga perusahaan mampu memperluas distribusi produk melalui kerjasama website tersebut.

Digital marketing merupakan pemasaran dengan pemanfaatan teknologi digital. Peran digital marketing menjadi hal penting sesuai perkembangan teknologi digital dan mengembangkan rencana untuk menarik pelanggan serta mengarahkannya pada perpaduan antara komunikasi elektronik maupun konvensional (Chaffey D, 2009). Strategi pelaku bisnis dengan memanfaatkan *digital marketing* terutama melalui media sosial dapat memberikan bagaimana cara dan langkah memperbanyak jaringan konsumen dalam memasarkan produknya sehingga pelaku bisnis dapat meningkatkan keunggulan pesaingnya. Dalam pelaksanaan digital marketing pelaku bisnis harus mengkaji berbagai teknik komunikasi digital yang merupakan bagian dari strategi komunikasi bisnis online yang bertujuan untuk melaksanakan perencanaan pemasaran secara digital oleh suatu perusahaan. Saluran media digital merupakan salah satu teknik komunikasi digital yang dimanfaatkan perusahaan untuk mempromosikan produk melalui media internet melalui situs web dengan tujuan untuk menarik dan mempengaruhi pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian. Adapun saluran media digital diantaranya (Chaffey, 2015) :

1. *Search engine marketing* (SEM), pemanfaatan iklan online yang ada di halaman hasil mesin pencari berguna untuk membantu pengunjung menemukan website produk pasar yang ditawarkan. Teknik pemasaran penelusuran terbagi 2 yaitu ialah tautan bersponsor yang menggunakan system bayar per klik dan penempatan dalam

daftar untuk menggunakan pengoptimalan mesin pencari (SEO) *search engine optimization* ialah proses pengaturan konten di website supaya dapat ditemukan oleh pengguna internet yang dalam proses pencarian konten serta menyajikan konten agar dapat dengan mudah ditemukan oleh mesin-mesin pencari lainnya.

2. *Online PR*, mengoptimalkan sebutan dan interaksi yang menguntungkan produk dan situs web perusahaan dengan menggunakan media sosial atau blog yang sedang dikunjungi oleh calon pelanggan.
3. *Online partnerships*, menciptakan serta mengelola pengaturan dalam jangka waktu yang lama untuk mempromosikan layanan online suatu perusahaan yang berada disitus web pihak ketiga atau melalui komunikasi email
4. *Interactive advertising*, penggunaan iklan berbasis online seperti spanduk dan iklan multimedia untuk mencapai kesadaran merek dan mendorong *clickthrough* (melalui klik dari audiens) kesitus target.
5. *Opt-In emil marketing*, penggunaan daftar internal untuk aktivitas dan mempertahankan pelanggan. Cara ini menambah daftar kontak dalam email marketing melalui konsumen yang sudah melakukan registrasi yang telah disetujui dan mengetahui bahwa konsumen akan mendapatkan email rutin yang berisi iklan pemasar.
6. *Sosial media marketing*, ialah kategori penting dalam pemasaran digital yang melibatkan dan mendorong komunikasi pelanggan disitus perusahaan yang dimiliki atau munculnya media sosial lainnya seperti facebook, twitter, instagram, youtube, situs penerbit, blog dan forum. Social media marketing merupakan strategi dalam aktivitas pemarkan yang memanfaatkan berbagai situs mediasosial. Media sosial dapat

diartikan sebagai metode dalam kegiatan pemasaran yang selalu berhasil dalam mempromosikan barang atau jasa yang dimiliki melalui internet marketing. Penting bagi pelaku bisnis untuk menerapkan platform media sosial yang saat ini berpengaruh dalam meningkatkan jumlah penjualan.



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat, secara garis besar mencakup beberapa komponen , yaitu sebagai berikut:

1. Keberhasilan target jumlah peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat Target peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat seperti yang direncanakan sebelumnya paling tidak 15 pelaku UMKM Kampung Literasi 26 Ilir Kota Palembang, dalam pelaksanaannya, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh 20-25 peserta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa target peserta mencapai 100%. Angka tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dikatakan berhasil atau sukses.
2. Ketercapaian tujuan pengabdian kepada masyarakat Ketercapaian tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul Optimalisasi *Digital Marketing* dalam Pemanfaatan Canva Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang secara umum sudah baik dan materi dapat tersampaikan secara detail, baik dengan berdiskusi dan *project*, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan ini telah dapat tercapai.



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

3. Ketercapaian target materi yang telah direncanakan

Ketercapaian target materi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini baik, karena materi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dapat tersampaikan secara keseluruhan. Adapun pokok pembahasan atau materi yang disampaikan, yaitu: Penggunaan *digital marketing* merupakan cara untuk mempermudah dalam memahami persoalan tujuan komunikasi yang bisa dicapai perusahaan melalui penggunaan internet sebagai berikut (Morissan, 2010) :

- a. Penyebaran informasi, salah satu tujuan penting penggunaan situs web ialah menyediakan informasi secara lengkap dan mendalam mengenai produk suatu perusahaan. Perusahaan yang menggunakan *digital marketing* mempunyai peluang banyak untuk mendapatkan konsumen. Bisa dikatakan bahwa dengan penggunaan media internet dalam pemasaran merupakan hal yang paling tepat untuk menyampaikan informasi secara lengkap kepada masyarakat luas.
- b. Menciptakan kesadaran, digital marketing terkadang lebih bermanfaat dalam menciptakan kesadaran terhadap perusahaan bahkan terhadap barang dan jasa yang dihasilkan. Bagi perusahaan dengan biaya promosi terbatas, digital marketing menawarkan kesempatan untuk menciptakan kesadaran yang lebih efektif disbanding media tradisional.
- b. Tujuan riset, perusahaan memanfaatkan *digital marketing* tidak hanya dalam urusan pemasaran saja, namun digunakan untuk melakukan riset pasar dan mengumpulkan informasi mengenai perusahaan pesaing serta target konsumen.
- c. Menciptakan persepsi, perusahaan mengimplementasikan *digital marketing* yang dirancang berguna untuk menciptakan persepsi atau image baik perusahaan terhadap khalayak.
- d. Percobaan produk, perusahaan menggunakan *digital marketing* untuk menawarkan produk yang dimiliki kepada pengunjung dalam upaya mendorong konsumen supaya bersedia mencoba produk perusahaan.
- e. Meningkatkan pelayanan, peran digital marketing mampu memberikan informasi serta menjawab berbagai keluhan dan pertanyaan pelanggannya. Kemampuan digital marketing juga bisa memperbaiki pelayanan dan membangun hubungan baik antara perusahaan dan konsumennya.
- f. Meningkatkan distribusi, *digital marketing* mempunyai berbagai cara dalam melakukan pemasaran, mempromosikan dan menampilkan produk. Salah satunya melalui website yang dimaksudkan untuk melakukan kerjasama dengan nama afiliasi. Afiliasi merupakan hubungan kerjasama diantara sejumlah situs. Sehingga perusahaan mampu memperluas distribusi produk melalui kerjasama website tersebut. dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut, diadakan juga sesi *project* yang diberikan oleh pelaku UMKM sebagai peserta pengabdian kepada masyarakat, yaitu: pembuatan logo dan lain-lain. Kelebihan Canva Menurut Raaihani (2021, hlm. 13) kelebihan aplikasi canva dapat digunakan sebagai pembuatan media pembelajaran diantaranya sebagai berikut:
 - 1) Memiliki varian template desain grafis yang menarik.

- 2) Dapat melatih kreativitas guru dalam membuat media pembelajaran. serta memiliki banyak fungsi yang sudah disediakan didalam aplikasi canva, dengan adanya fitur drag and drop.
 - 3) Dalam membuat media pembelajaran dapat menghemat waktu.
 - 4) Peserta didik bisa mempelajari kembali materi yang sudah dibagikan guru.
 - 5) Dalam mendesain media pembelajaran bisa dilakukan kapan saja, dan bisa dilakukan dengan menggunakan handphone ataupun laptop.
- Kekurangan Canva Menurut Garris Pelangi, (2020, hlm. 88) ada beberapa kekurangan aplikasi canva yang dapat digunakan sebagai pembuatan media pembelajaran diantaranya sebagai berikut:
- 1) Aplikasi canva harus menggunakan koneksi internet yang stabil. Jika tidak terhubung dengan koneksi internet dalam smartphone atau laptop yang dapat dijangkau oleh aplikasi canva maka aplikasi canva tidak dapat digunakan dalam memproses atau membuat desain.
 - 2) Pada aplikasi canva terdapat templat yang dapat diakses secara berbayar dan gratis. Akan tetapi dalam hal tersebut, tidak dipermasalahan karena banyak template yang menarik dapat diakses secara gratis didalam aplikasi canva yang dapat digunakan dalam membuat media pembelajaran. Hanya saja sebgai pengguna pada aplikasi canva dapat mendesain atau membuat media pembelajara secara menarik harus mengandalkan skill kreatif dalam mendesain media pembelajaran dengan menggunakan aplikasi canva.

4. Kemampuan peserta dalam penugasan materi

Kemampuan peserta dilihat dari penguasaan materi yang cukup dikarenakan mengingat peserta dari berbagai latar belakang kemampuan para peserta yang berbeda-beda. Keberhasilan ini selain diukur dari ke-empat komponen di atas, juga dapat dilihat dari kepuasan peserta setelah mengikuti kegiatan.

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan tatap muka menggunakan metode pembelajaran digital dan aktif *learning* menggunakan *project based learning* sebagai media tambahannya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Optimalisasi *Digital Marketing* dalam Pemanfaatan Canva Bagi Pelaku UMKM di 26 Ilir Kota Palembang dilaksanakan pada hari Sabtu, 16 September 2023 bertempat 26 Ilir Kota Palembang. Kegiatan ini dihadiri oleh masyarakat sebagai pelaku UMKM dalam naungan Kampung Literasi 26 Ilir Kota Palembang. Penggunaan *digital marketing* merupakan cara untuk mempermudah dalam memahami persoalan tujuan komunikasi yang bisa dicapai pelaku UMKM

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan pada Kampung Literasi 26 Ilir Kota Palembang yang telah memberikan izin serta membantu menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan. Selain itu, disampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afida, A., & Zamzami, M. T. (2020). Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga. *J-HES: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 04(2), 96–111.
- [2] Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- [3] Aulianita, Rizki., Norma Yunita, Syifa Nur Rakhmah, Khoirun Nisa. 2023. Pelatihan Design Grafis Online Menggunakan Aplikasi Canva Bagi Remaja Majelis

- Ta'lim Hidayatul Mubtadiin. Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI Vol.7 No 1, Mei 2023. p-ISSN : 2550-0198, e-ISSN: 2745-3782.
- [4] Bachtiar, Palmira Permata, Niken Kusumawardhani, dan Veto Tyas Indrio. 2022. *Mendukung Transformasi Digital Usaha Mikro Dan Kecil Di Daerah Istimewa Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 Sorotan*. Catatan Penelitian Smeru No. 1/Maret/2022
- [5] Chaffey, D., Edmundson-Bird, D., & Hemphill, T. (2015). Digital business and E-commerce management: strategy, implementation and practice (6th ed.). <http://digilibfeb.ub.ac.id/opac/detail-opac?id=61>
GrahaNurdian.com. (2022). Data E-commerce Indonesia 2022 (2 Tahun Pandemi). Graha Nurdian. <https://grahanurdian.com/data-e-commerce-indonesia-2022/>
- [6] Hadiono, Kristophorus dan Rina Candra Noor Santi. 2020. *Menyongsong Transformasi Digital*. Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Stikubank. Proceeding Sendiu 2020 ISBN: 978-979-3649-72-6.
- [7] Hafni, Layla., Surya Safari SD, Stefani Chandra, Andi, Dominicus JosephusSwanto. 2023. Pendampingan Usaha Mikro Kecil "Dear Dira" Melalui Program Business Project Berbasis Inovasi Dan Digitalisasi. Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI Vol.7 No 1, Mei 2023. p-ISSN: 2550-0198, e-ISSN : 2745-3782.
- [8] Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran pada UKM dalam Menghadapi Era Industri 4.0. JCES (Journal of Character Education Society), 3(3), 651–659.
- [9] Ismanto, Edi., Januar Al Amien, Hammam Zaki, Eka Pandu Cynthia. 2024. Pemanfaatan Digital Marketing untuk Memperluas Strategi Pemasaran Produk Furniture dari Bahan Kayu Rubber. Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI Vol.8 No 1, Maret 2023. p-ISSN: 2550-0198, e-ISSN: 2745-3782.
- [10] J. Loonam, S. Eaves, V. Kumar, and G. Parry, "Towards digital transformation: Lessons learned from traditional organizations," Strategi. Chang, vol. 27, no. 2, pp. 101–109, 2018.
- [11] Jasri, J., Said, S., & K, A. (2020). Analisi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Etnis Tionghoa Menggunakan Jasa Bank Syariah. IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i1.2915> Kannan, P. K., & Li, H. "Alice." (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. International Journal of Research in Marketing, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>
- [12] K. Osmundsen, J. Iden, and B. Bygstad, "Digital Transformation: Drivers, Success Factors, and Implications," Mediterr. Conf. Inf. Syst. Proc., vol. 12, pp. 1–15, 2018.
- [13] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 2021. *Dukungan Pemerintahan Bagi UMKM Agar Pulih di Masa Pandemi*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar>

- pulih-di-masa-pandemi. Diakses Rabu, 07 September 2022, Pukul 17.30
- [14] Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). The importance of digital marketing. an exploratory study to find the perception and effectiveness of digital marketing amongst the marketing professionals in pakistan. *Journal of Information Systems & Operations Management*, 7(2), 221– 228. http://jisom.rau.ro/Jisom_pdf/JISOM72.pdf
- [15] Leo, Hasbi Jusuma. 2022. *Pemberdayaan UMKM Kemenkeu dari Sumsel Telah dimulai*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/porta1/id/berita/lainnya/opini/3937-pemberdayaan-umkm-kemenkeu-dari-sumsel-telah-dimulai.html>. Diakses Rabu, 07 September 2022, Pukul 17.30
- [16] Maulana, Y. (2017). *Yuswohady: UKM Harus Manfaatkan Perkembangan Digital*. SWA Online. <https://swa.co.id/swa/csr-corner/yuswohady-ukm-harus-manfaatkan-perkembangandigital>
- [17] Mustamin, S. W. (2018). Pengaruh Variabel Ekonomi Makro terhadap Kemiskinan di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan Makassar Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 30–39. <https://doi.org/10.26618/j-hes.v1i1.1635>
- [18] Muzdalifah, Laily, Muhafidhah Novie, Shofiyatus Zaqiyah. 2020. *Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju UMKM Go-Digital di Era Pandemi Covid 19 dan Era New Normal Bagi Pelaku UMKM Sidoarjo*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo: Seminar Nasional Sistem Informasi 2020, 20 Oktober 2020 Fakultas Teknologi Informasi – UNMER Malang.
- [19] Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- [20] Pratiwi, Fuji. 2022. *Diskop UMKM Palembang Bentuk Tim Data ulang Usaha Kecil*. <https://www.republika.co.id/berita/rbrkg3457/dinkop-umkm-palembang-bentuk-tim-data-ulang-usaha-kecil>. Diakses Rabu, 07 September 2022, Pukul 17.30
- [21] Primadhyta, Safyra. 2022. *19 Juta Pelaku UMKM Masuk Ekosistem Digital Per Mei 2022*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220616172828-92-809888/19-juta-pelaku-umkm-masuk-ekosistem-digital-per-mei-2022>. Diakses Rabu, 07 September 2022, Pukul 17.30
- [22] Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1– 17.
- [23] Purwanto, Hadi., Sunanto, Ilham hudi, Asiah, Siti Nurhaini, Diah Ayu Pramesti. 2023. *LPPM UMRI Memberikan Stimulus UMKM Melalui PKM Pada Usaha Kerupuk Maju Jaya Untuk Mendukung Upaya Mengetaskan Stunting Dari Produk Ikan Lele*. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI Vol.7 No 2, November 2023*. p-ISSN: 2550-0198, e-ISSN: 2745-3782.
- [24] R. Morakanyane, A. Grace, and P. O'Reilly, "Conceptualizing digital transformation in business organizations: A systematic review of literature," 30th Bled

- eConference Digit. Transform. - From Connect. Things to Transform. our Lives, BLED 2017, pp. 427–444, 2017.
- [25] Rozinah, S., & Meiriki, A. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(2), 134. <https://doi.org/10.22441/jdm.v3i2.10573>
- [26] Ryan, Damian & Jones, Calvin. 2009. *Understanding Digital Marketing*. London: Kogan Page.
- [27] Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., Romindo, Wahyuni, D., Purnomo, A., & Simarmata, J. (2020). *Digitak Marketing Komunikasi Menjadi Lebih Mudah* (A. Rikki (ed.); D. Yayasan Kita Menulis.
- [28] Sari, N. N., Misbahuddin, Yuniar, A., & Ibtisam. (2021). Analisis Hukum Islam terhadap Cashback di Tokopedia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 05(02), 136.
- [29] Soma, Robi., Yorina An'guna Bansa. 2024. Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tas Aksara Incung Dalam Melestarikan Budaya Kerinci. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI Vol.8 No 1, November 2023*. p-ISSN: 2550-0198, e-ISSN: 2745-3782.
- [30] Stockdale, R., Ahmed, A., & Scheepers, H. (2012). Identifying Business Value From The Use Of Social Media: An Sme Perspective. *Pacific Asia Conference on Information Systems*, 15. <https://aisel.aisnet.org/pacis2012/169/>
- [31] Sukma, A., Hermina, N., & Novan, D. (2020). Pengaruh Produk, Distribusi dan Digital Marketing terhadap Minat Beli Produk
- UMKM Binaan Kadin Jabar pada Situasi Covid-19. *Manners*, 2, 91–102. Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo.