
PELATIHAN CANVA BAGI PENGGAGAS UKM DESA JIWO WETAN DALAM RANGKA PENINGKATAN *BRANDING* UMKM KLATEN

Rizka Safitri Lutfiyani¹, Hendro Joko Prasetyo², Istri Sulistyowati³, Mariana Windarti⁴

¹ Program Vokasi, Universitas Widya Dharma Klaten

E-mail: Rizka.s.lutfiyani@gmail.com

² Program Vokasi, Universitas Widya Dharma Klaten

E-mail: Hendromkom@gmail.com

³ Fakultas Teknologi dan Komputer, Universitas Widya Dharma Klaten

E-mail: istri.fasikom@gmail.com

⁴ Fakultas Teknologi dan Komputer, Universitas Widya Dharma Klaten

E-mail: marianawindarti@gmail.com

Article Info	Abstract
<p>ARTICLE HISTORY</p> <p>Received: 10/01/2024</p> <p>Reviewed: 16/03/2024</p> <p>Revised: 30/07/2024</p> <p>Accepted: 31/07/2024</p> <p>DOI: 10.54840/widharma.v3i02.230</p>	<p><i>MSME (Micro Small Medium Enterprise) have biggest impact for Indonesian Economy. 99 percent of industry in Indonesia is MSME. However, they still have to struggle for the marketing aspect. That can be happen because they underestimate the power of branding. Jiwo Wetan is one of village in Klaten Regency. MSME in Jiwo Wetan have same problem too. They have never been create poster or logo their product. So, this community service activities would to explained about branding. Moreover, the team of community service activities University of Widya Dharma Klaten would to organize a branding training with Canva Application to them. This activities is expected to introduce branding to them and give them slightly ability to use Canva Application.</i></p> <p><i>Keywords : MSME, Canva, Branding, Jiwo Wetan, design graphic</i></p>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang besar pada perekonomian Indonesia[1]. Hal tersebut dapat dilihat dari besaran unit usaha, tenaga kerja maupun pada andil UMKM dalam produk domestik bruto. Berdasarkan data Badan Pusat Stastitika, pada tahun 2007, konsentrasi UMKM sebesar 99 persen dari jumlah populasi badan usaha. kelompok UKM menyumbang Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp. 2.117 triliun atau 59,8 persen dari PDP tanpa migas. Sedangkan pada penyerapan tenaga kerja, pada tahun 2005-2007 mampu menampung 84,2 juta tenaga kerja per tahun atau 96,7 persen dari total tenaga kerja nasional[2].

Pengaruh besar UMKM ternyata tidak diimbangi dengan strategi pemasaran UMKM. Para pelaku UMKM belum menggunakan strategi *branding* untuk pemasaran produk-produk UMKM. Bahkan, kebanyakan dari UMKM tersebut bahkan belum mempunyai *brand*, seperti kartu nama dan brosur dan justru mempersoalkan pemanfaatan *branding* dalam usaha mereka[1]. Padahal penelitian yang meneliti tentang emosional *branding* mengungkapkan bahwa iklan maupun media sosial dari merek tertentu (*branding*) memberikan pengaruh pada emosi konsumen yang pada akhirnya membuat konsumen membeli produk karena merek produk tersebut[3].

Desa Jiwo Wetan di Kabupaten Klaten merupakan salah satu desa di Kabupaten Klaten yang memiliki banyak UMKM. Usaha-usaha dari UMKM di Jiwo Wetan meliputi katering, batik, dan lain-lain. Kebanyakan dari UMKM tersebut adalah usaha rumahan yang dilakukan oleh ibu-ibu rumah tangga. Para pelaku UMKM tersebut juga kebanyakan belum memahami pentingnya *branding*.

Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk mengenalkan *branding* kepada pelaku UMKM di Desa Jiwo Wetan. Selain itu, pengabdian ini juga dimaksudkan untuk meningkatkan ketrampilan pelaku UMKM dengan pelatihan Aplikasi Canva dalam rangka pengembangan branding UMKM Desa Jiwo Wetan. Adanya pelatihan tersebut diharapkan dapat menjadi salah satu solusi pemasaran UMKM Desa Jiwo Wetan.

TINJAUAN PUSTAKA

UMKM adalah kepanjangan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, usaha mikro merupakan usaha produktif orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00. Sedangkan, usaha kecil merupakan usaha produktif berdiri sendiri yang dimiliki orang maupun badan usaha dan bukan merupakan cabang ataupun anak perusahaan dari badan usaha menengah maupun besar. Kriteria kekayaan usaha kecil lebih dari Rp 50.000.000,00 sampai Rp 500.000.000,00 yang belum termasuk tanah dan bangunan. Berbeda dengan usaha kecil, usaha menengah merupakan usaha produktif orang perorangan atau badan usaha dan bukan cabang atau anak perusahaan dari usaha kecil maupun usaha besar. Usaha menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 sampai Rp 10.000.000.000,00 yang tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha[4].

Desa Jiwo Wetan merupakan salah satu desa di Kecamatan Wedi, Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. Desa ini berbatasan dengan Desa Krakitan dari Kecamatan Bayat di utara. Selain itu, di arah selatan, desa ini berbatasan dengan Desa Melikan dari Kecamatan Wedi. Sementara itu, batas timur desa ini berbatasan Desa Paseban, Kecamatan Bayat, dan batas barat desa ini berbatasan dengan Desa Trotok, Kecamatan Wedi.

Di tahun 2022, berdasarkan pada data Badan Pusat Statistika Kabupaten Klaten Kecamatan Wedi hanya memiliki 1 perusahaan yang dikategorikan industri besar dan sedang dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 20 orang. Perusahaan lain di kecamatan Wedi masih lainnya masih dikategorikan industri rumah tangga dan kecil. Sebanyak 58 perusahaan dengan tenaga kerja berjumlah 159 orang masuk pada kategori ini. Di Desa Jiwo Wetan sendiri memiliki beberapa industri berbasis rumah tangga. Industri-industri yang berbasis rumah tangga dapat dimasukan industri mikro jika industri tersebut memenuhi ketentuan industri mikro. Contoh industri yang ada di Desa Jiwo Wetan adalah industri katering dan industri batik[5].

Salah satu penyebab UMKM sulit melakukan pemasaran adalah tidak adanya merek atau *brand* dari UMKM tersebut. Pelaku UMKM hanya fokus pada usaha memproduksi barang atau jasa yang mereka tawarkan. Padahal *branding* adalah strategi untuk mendapatkan pelanggan sekaligus mempertahankannya[6]. Semakin banyak pelanggan yang didapatkan maka semakin berkembang industri dari UMKM tersebut.

Brand lebih dari membuat merek[7]. Untuk meningkatkan industrinya, perusahaan terus meningkatkan kesadaran *brand* mereka kepada pelanggan sehingga *brand* mereka akan bertahan di pikiran pelanggan. Ada beberapa tingkatan kesadaran *brand* yakni tidak mengenali merek kemudian pengenalan merek, pengingatan kembali merek hingga pada tahap *top of mind*. Saat kesadaran *brand* telah terbentuk dalam di pikiran pelanggan, maka industri tersebut akan terus dikunjungi oleh pelanggan tersebut.

METODE PENELITIAN

Kegiatan ini terlaksana di Dusun II, Jiwo Wetan, Kecamatan Wedi, Klaten tanggal 30 Januari 2023 dan 15 Februari 2023. Tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian ini ialah Balai Desa Jiwo Wetan. Sebanyak 21 orang pelaku UMKM mengikuti kegiatan ini. Berikut ini adalah tahapan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Jiwo Wetan:

1. Tahap Persiapan

Sebelum melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan pendekatan terlebih dahulu kepada Pihak Desa Jiwo Wetan. Setelah mendapat izin dari

Pihak Desa Jiwo Wetan, tim berunding dan memetakan permasalahan UMKM di Desa Jiwo Wetan bersama pelaku UMKM Desa Jiwo Wetan. Tim bersama Pihak Desa Jiwo Wetan, selanjutnya mempersiapkan sarana maupun prasarana kegiatan pengabdian kepada Masyarakat. Tim pengabdian dari Universitas mempersiapkan materi, modul, maupun alat-alat pendukung sedangkan pihak Desa Jiwo Wetan mempersiapkan tempat kegiatan.

2. Tahapan Inti

Tahap selanjutnya adalah inti dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari dua tahapan inti, yaitu Pemaparan materi dan pelatihan. Berikut penjelasan tahapan inti pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan:

a. Pemaparan Materi *Branding*

Setelah peserta pengabdian berkumpul. Kegiatan diawali dengan pemaparan materi mengenai *branding*. Penjelasan mengenai maksud dari *branding* serta tujuan dan manfaat *branding* dijelaskan oleh pemateri yang merupakan dosen Universitas Widya Dharma Klaten. Pemaparan ini penting karena memberikan gambaran kepada peserta mengenai pentingnya *branding* bagi UMKM. Materi selanjutnya yang diberikan pada peserta Pengabdian Masyarakat ini adalah tentang kegunaan Aplikasi Canva dalam *branding*.



Gambar 1. Peserta Pengabdian kepada Masyarakat

b. Pemberian Pelatihan

Pemberian pelatihan dilakukan bersamaan dengan pemberian materi Aplikasi Canva untuk peserta pengabdian yang merupakan pelaku UMKM di Desa Jiwo Wetan. Materi pelatihan berupa instalasi Aplikasi Canva pada *smartphone*, pembuatan stiker, dan pembuatan poster. Selama materi disampaikan, peserta pelatihan pengabdian dibimbing oleh dosen dan mahasiswa yang melakukan pengabdian untuk praktek pada *smartphone* yang dibawa oleh peserta pelatihan masing-masing. Selain dosen dan mahasiswa, peserta pelatihan juga diberikan buku Modul Pelatihan Canva.

3. Evaluasi dan Keberlanjutan

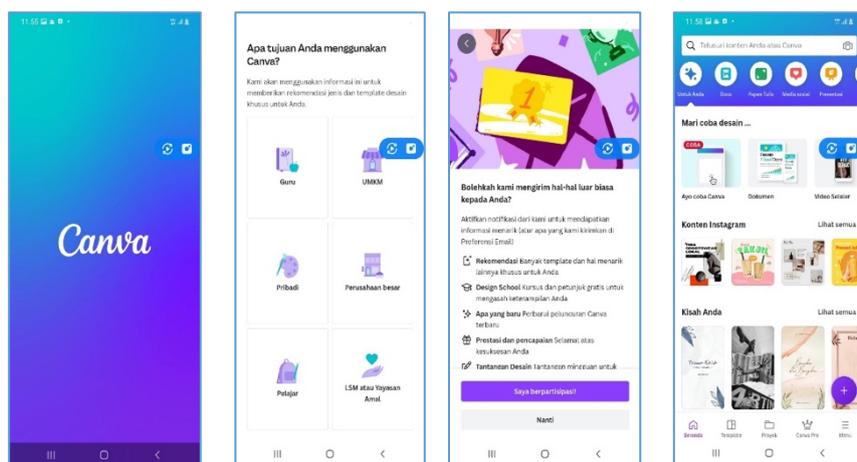
Pada akhir kegiatan pelatihan, peserta pelatihan diminta membuat poster untuk usaha peserta masing-masing. Setelah setiap peserta telah selesai membuat poster, pemateri kemudian memberikan *feedback* mengenai hasil pembuatan poster yang dilakukan peserta pengabdian.

PEMBAHASAN

1. Branding UMKM dan Aplikasi Canva

Proses *branding* sangat penting bagi industri. *Branding* pada suatu produk dapat memberikan identitas dalam suatu produk yang pada akhirnya menaikkan daya tawar produk tersebut dengan produk sejenis[8]. Peningkatan daya tawar produk dibanding produk lain sejenis merupakan salah satu bentuk pemasaran yang baik yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan produk tersebut. Otomatis, perkembangan dari UMKM akan meningkat seiring peningkatan penjualan produk UMKM tersebut. Namun, upaya *branding* juga membutuhkan modal dan usaha. Sementara itu, menurut Hafsah dalam [9] salah satu masalah internal yang dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan modal. Salah satu cara yang dapat ditempuh UMKM adalah memanfaatkan internet dan aplikasi-aplikasi gratis seperti Canva.

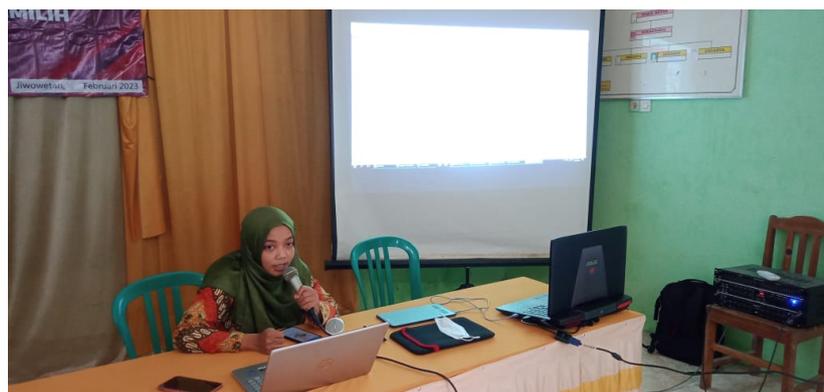
Canva adalah salah satu aplikasi yang bisa dipakai untuk membuat desain grafis. Penggunaan Canva dapat menumbuhkan kreativitas dalam proses pembuatan desain grafis, seperti poster, presentasi maupun konten visual lain[10]. Hal tersebut, karena aplikasi ini menyediakan berbagai *template* gratis yang dapat diubah sesuai kebutuhan pengguna aplikasi. Selain itu, di dalam aplikasi ini juga terdapat berbagai materi grafik yang dapat digunakan secara gratis, seperti gambar dan foto. Produk desain yang dapat dibuat menggunakan Canva adalah logo, poster, dan *banner* iklan. Selain melalui aplikasi di *smartphone*, Canva juga dapat diakses melalui browser.



Gambar 2. Antarmuka Aplikasi Canva di *Smartphone*

2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Pengabdian masyarakat di Desa Jiwo Wetan telah dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang ditentukan. Kegiatan yang diikuti oleh 21 pelaku UMKM Desa Jiwo Wetan terlaksana sebanyak dua kali, yaitu tanggal 30 Januari 2023 dan 15 Februari 2023. Peserta yang juga pelaku UMKM Desa Jiwo Wetan mayoritas adalah ibu-ibu rumah tangga. Proses penyampaian materi dan pelatihan mengenai *branding* maupun Aplikasi Canva untuk *branding* dilakukan di Balai Desa Jiwo Wetan dengan baik dan penuh rasa kekeluargaan.



Gambar 2. Pemaparan Materi *Branding*

Peserta pelatihan antusias untuk mengikuti materi yang disampaikan oleh Dosen dari Universitas Widya Dharma Klaten. Hal tersebut, karena materi yang disampaikan telah disesuaikan terlebih dahulu dengan kebutuhan para pelaku UMKM Desa Jiwo Wetan. Antusiasme para pelaku UMKM dibuktikan dengan keaktifan mereka dalam bertanya baik saat pemaparan materi maupun saat pelatihan *branding* dan Aplikasi Canva.



Gambar 3. Pendampingan Pelatihan Canva

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah berlangsung dengan lancar dan baik. Para pelaku UMKM mendapatkan materi serta pelatihan mengenai *branding* dan aplikasi Canva yang diadakan di Balai Desa Jiwo Wetan. Saat diadakan pemaparan maupun pelatihan dari Dosen Universitas Widya Dharma, peserta UMKM antusias dengan menanyakan materi yang disampaikan. Pelatihan aplikasi Canva diharapkan dapat membantu *branding* produk UMKM Desa Jiwo Wetan sehingga dapat bersaing dengan produk-produk sejenis yang pada akhirnya dapat membantu mengembangkan UMKM Desa Jiwo Wetan.

Kegiatan pengabdian masyarakat kepada para pelaku UMKM Desa Jiwo Wetan sebaiknya dilaksanakan secara berkelanjutan sehingga dapat membimbing para pelaku UMKM dalam melakukan *branding*. Selain itu, kegiatan berkelanjutan juga diadakan dalam rangka evaluasi terhadap pelatihan *branding* yang telah dilakukan. Akhirnya pemaparan maupun pelatihan yang berkelanjutan diharapkan dapat meningkatkan UMKM di Desa Jiwo Wetan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. D. Setiawati, M. Retnasari, and D. Fitriawati, "Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. Februari, pp. 125–136, 2019, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- [2] "Statistik Daerah Kabupaten Klaten," Klaten, 2007.
- [3] M. Stoeva, "Margarita Stoeva Emotional Branding Online Title Number of Pages Date," 2017.
- [4] Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Accessed: Jul. 30, 2024. [Online]. Available: <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- [5] "DATA UMKM KECAMATAN SE KABUPATEN KLATEN," Klaten, 2022.
- [6] A. B. Sulistio, "BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS."
- [7] A. H. P. Kusuma et al., *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/348945447>
- [8] M. Naufal Nazhif, I. Nugraha, and M. N. Nazhif, "BRANDING UMKM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ECOPRINT ANDIN COLLECTION,"

- SELAPARANG. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, vol. 7, no. 1, pp. 261–267, 2023.
- [9] A. E. Yustika, *Perekonomian 2005*. 2005.
- [10] M. Sholeh, R. Y. Rachmawati, and E. Susanti, “PENGUNAAN APLIKASI CANVA UNTUK MEMBUAT KONTEN GAMBAR PADA MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA MEMPROMOSIKAN HASIL PRODUK UKM,” vol. 4, no. 1, pp. 430–436, 2020, [Online]. Available: www.canva.com.