



**Sosialisas Pemanfaat Aplikasi Canva Guna Pembuatan Desain Merek Dagang di Desa
Bedug RT 10/ RW 03 Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal**

**Socialization of the Utilization of Canva Application for Trademark Design Creation in
Bedug Village, RT 10/RW 03, Pangkah Sub-district, Tegal Regency**

Itsna Tifani Barokatur Rizqoh

STIES Putera Bangsa Tegal Jawa Tengah

Alamat: Jl. Prof. Moh. Yamin 22 Kudaile - slawi - Tegal - Jawa Tengah
(Komplek YAUMI Center Lt. 2)

Korespondensi Penulis : Itstifani.workspace@gmail.com

Article History:

Received: Juli 01, 2025;

Revised: Juli 14, 2025;

Accepted: Juli 28, 2025

Published: Juli 31, 2025

Keywords: Application, Brand,
Canva, Design, Utilization.

Abstract: *The presence of a strong trademark is also a determining factor for the success of a business in today's digital era. An attractive and professional brand design can differentiate the products or services sold from what competitors offer. However, not all business actors, especially entrepreneur activists, have sufficient knowledge and resources to create a quality brand design. Therefore, it is essential to enhance the capabilities of entrepreneurs in consistently producing appealing and effective brand designs. One practical approach is to promote the use of user-friendly graphic design tools, such as Canva, through awareness and outreach programs. With Canva, entrepreneur players can create professional brand designs without the need to have in-depth graphic design skills. The primary aim of this study is to enhance entrepreneurs' skills in designing appealing and professional trademarks by promoting the use of the Canva application through socialization efforts. This research is anticipated to offer the following advantages: First, increasing the knowledge of entrepreneur about the importance of trademark design. Second, increasing the ability of entrepreneur to use Canva's basic features in creating brand designs. Third, helping entrepreneur in creating brand designs that match the identity of their business profile. This research was conducted in several stages: preparation, implementation, and evaluation. The expected output of this research is an increase in the capacity of entrepreneur stakeholders. After attending the training, the ability of entrepreneur players in Bedug Village, Pangka Sub-district, Tegal Regency to create brand designs increased significantly. New brand designs: new brand designs that are more attractive and professional were created by the trainee entrepreneur. Scientific Publication: The research results can be published in the form of scientific papers or seminar reports to enrich the repertoire of science.*

Abtrak

Keberadaan merek yang kuat juga menjadi faktor penentu kesuksesan bisnis di era digital saat ini. Desain merek yang menarik dan profesional dapat membedakan produk atau layanan yang dijual dengan apa yang ditawarkan oleh pesaing. Namun, tidak semua pelaku bisnis, khususnya aktivis wirausaha, memiliki pengetahuan dan sumber daya yang cukup untuk membuat desain merek yang berkualitas. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kemampuan wirausaha dalam menghasilkan desain merek yang menarik dan efektif secara konsisten. Salah satu pendekatan yang praktis adalah dengan mempromosikan penggunaan alat desain grafis yang ramah pengguna, seperti Canva, melalui program sosialisasi dan penyuluhan. Dengan Canva, pelaku wirausaha dapat membuat desain merek profesional tanpa perlu memiliki keterampilan desain grafis yang mendalam. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk

meningkatkan keterampilan wirausaha dalam mendesain merek yang menarik dan profesional dengan mempromosikan penggunaan aplikasi Canva melalui upaya sosialisasi. Penelitian ini diharapkan memberikan keuntungan sebagai berikut: pertama, meningkatkan pengetahuan wirausaha tentang pentingnya desain merek. Kedua, meningkatkan kemampuan wirausaha untuk menggunakan fitur dasar Canva dalam membuat desain merek. Ketiga, membantu wirausaha dalam membuat desain merek yang sesuai dengan identitas profil bisnis mereka. Penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahap: persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Output yang diharapkan dari penelitian ini adalah peningkatan kapasitas pemangku kepentingan wirausaha. Setelah mengikuti pelatihan, kemampuan pelaku wirausaha di Desa Bedug, Kecamatan Pangkah, Kabupaten Tegal dalam membuat desain merek meningkat secara signifikan. Desain merek baru: desain merek baru yang lebih menarik dan profesional diciptakan oleh pelaku wirausaha yang mengikuti pelatihan. Publikasi Ilmiah: Hasil penelitian ini dapat dipublikasikan dalam bentuk makalah ilmiah atau laporan seminar untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan.

Kata Kunci : Aplikasi, Merek, Canva, Desain, Pemanfaatan.

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Kehadiran UMKM akan sangat membantu pertumbuhan ekonomi perusahaan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang mampu bertahan dari krisis ekonomi. Berdasarkan Peraturan Presiden No. 99 Tahun 1998, pengertian usaha kecil dan menengah (UKM) mengacu pada kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh usaha kecil yang bidang usahanya mendominasi kegiatan usaha kecil dan tidak menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. UKM harus dilindungi dan dicegah (Pemerintah Indonesia 1998).

Menurut Pasal 1 Bab 1 Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, pengertian UMKM adalah sebagai berikut: “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan atau wiraswasta yang memenuhi kriteria usaha mikro.”(Sri Solihah 2022). UMKM merupakan kelompok usaha yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia (Astina 2022). UMKM bahkan telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia (Studi etal., 2023).

Meskipun strategi pemasaran sangat penting dalam membuat produk diterima oleh masyarakat, banyak UMKM masih menganggap hal ini tidak penting. Para pemangku kepentingan UMKM umumnya berpikir bahwa produk tetap akan laris di pasaran meskipun tidak ada iklan. Kebanyakan UMKM sering mengabaikan bagian penting dari strategi pemasaran mereka, yaitu desain label dan kemasan produk.(Abdul Karim and Dwika Asrani 2024).

Keberadaan UMKM merupakan salah satu alternatif untuk mengatasi kemiskinan dengan memberdayakan UMKM yang terbukti cukup kuat dalam menghadapi krisis ekonomi yang dihadapi oleh bangsa Indonesia (Tambunan, 2019). Label dan kemasan merupakan kunci bagi UMKM untuk lebih meningkatkan nilai jual produk mereka. Beberapa usaha mengalami stagnasi

karena UMKM tidak memperhatikan pengemasan. Sekalipun suatu produk yang diproduksi berkualitas tinggi, namun jika tidak dapat dikomunikasikan kepada konsumen, maka jumlah penjualan produk tersebut kurang maksimal (Astina, 2022). Pengemasan yang menarik secara visual dapat menciptakan persepsi positif konsumen dan meningkatkan daya saing di pasar (Kotler & Keller, 2016).

Desa Bedug adalah salah satu desa yang bertempat di Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal. Jumlah penduduk di Desa Bedug banyak diwarnai oleh para pemilik UMKM dengan berbagai produk jual. Beberapa produk jualnya seperti kusen, kebutuhan bangunan, hingga macam-macam kue basah, bahkan hantaran yang belum memiliki desain atau merek dagang. Minimnya pemahaman tentang branding dan strategi pemasaran digital menjadi tantangan yang cukup besar (Nugroho & Hidayat, 2020).

Berdasarkan jurnal penelitian oleh Tri Mulyaningsih, dkk, dijelaskan bahwa digitalisasi dan pelatihan manajemen produk UMKM (termasuk makanan halal tradisional) dapat meningkatkan pendapatan setiap UMKM di Sukoharjo dan memperluas jangkauan pasar produk mereka (Mulyaningsih et al., 2021). Inovasi digital seperti marketplace, media sosial, dan platform e-commerce menjadi kunci penting dalam memperkuat daya saing UMKM (Rahayu & Day, 2017). Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga pendidikan dalam bentuk pelatihan kewirausahaan juga berkontribusi dalam peningkatan kapasitas pelaku UMKM (Pratama & Lestari, 2021).

Perkembangan zaman terjadi karena manusia terus melakukan penemuan dan perbaikan baru yang bertujuan untuk memudahkan serta mensejahterakan hidup manusia. Perubahan ini mencakup cara berpikir, pengetahuan, serta alat atau media pendukung yang disebut teknologi. Perkembangan teknologi saat ini telah merambah hampir seluruh bidang kehidupan manusia, sehingga melahirkan suatu era baru yang dikenal dengan sebutan era digital. (Dewi, Harini, and Yoga 2023). Salah satu cara digitalisasi pemasaran produk UMKM adalah dengan menggunakan aplikasi Canva. Canva adalah sebuah program desain online yang menawarkan berbagai fitur untuk mengedit video, gambar, foto, serta desain grafis lainnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh TopanSetiawan dan Fanny Hendro Aryo Putro, pelatihan menggunakan perangkat lunak desain grafis Canva dapat meningkatkan kreativitas dalam promosi produk UMKM di Cepogo, Boyolali (Setiawan and Putro 2021).

Canva merupakan platform desain grafis yang praktis dan mudah dioperasikan,

memungkinkan pengguna untuk membuat desain yang menarik serta tampak profesional tanpa memerlukan latar belakang di bidang desain. Aplikasi ini dapat diakses secara daring melalui peramban di komputer maupun diinstal sebagai aplikasi seluler melalui App Store atau Play Store. Canva tersedia dalam dua pilihan, yaitu versi gratis dan versi berbayar (Pro). Panduan ini dirancang untuk memberikan fondasi yang kuat bagi pelaku UMKM dalam memanfaatkan Canva sebagai sarana efektif untuk meningkatkan strategi promosi produk yang ditawarkan. Baik pelaku UMKM yang baru memulai maupun yang sudah berpengalaman, semuanya dapat mengadopsi pendekatan kreatif ini untuk menarik minat konsumen dan membangun kepercayaan terhadap merek mereka (Munarsih et al. 2020).

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini dilakukan melalui kegiatan sosialisasi serta pelatihan yang berfokus pada pemanfaatan aplikasi desain grafis Canva. Canva dipilih karena platform desain yang mudah digunakan dan menawarkan banyak templat siap pakai, dan bisa diakses secara gratis atau berbayar dengan fitur yang lebih lengkap. Melalui pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat memahami konsep dasar desain grafis dan pentingnya branding, menguasai fitur-fitur Canva yang relevan untuk membuat desain merek. Oleh sebab itu penulis ingin menerapkan pengetahuan yang diperoleh untuk menciptakan desain merek yang unik dan menarik dengan pengabdian masyarakat yang berjudul “Sosialisas Pemanfaat Aplikasi Canva Guna Pembuatan Desain Merek Dagang Di Desa Bedug Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal”.

Berbagai penelitian, baik di tingkat nasional maupun internasional, telah banyak mengulas mengenai urgensi branding bagi pelaku UMKM. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa desain merek yang bagus bisa membuat konsumen merasa produk lebih berkualitas, membuat mereka lebih setia membeli, dan akhirnya bisa meningkatkan jumlah penjualan. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus pada penggunaan aplikasi Canva sebagai solusi praktis untuk UMKM di Indonesia. Meskipun sudah ada beberapa penelitian yang membahas tentang pentingnya desain merek, namun masih sedikit penelitian yang secara khusus membahas tentang pemanfaatan Canva sebagai alat untuk menciptakan desain merek yang profesional bagi UMKM di Indonesia.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini merupakan metode monologis dan dialogis. Metode monolog adalah cara berkomunikasi di mana narasumber yang memberikan materi menyampaikan informasi secara langsung, dengan fokus pada isi pesan yang disampaikan (Purwati and Perdanawanti 2019). Kegiatan ini menggunakan metode monologis berupa penyampaian materi pelatihan melalui presentasi, sedangkan pendekatan dialogis dilakukan melalui wawancara dengan para peserta untuk menggali sejauh mana tingkat kesulitan dan pemahaman mereka dalam menggunakan aplikasi Canva.

A. Tahap Pelaksanaan

- Persiapan Kegiatan

- a. Survey kebutuhan

- Analisa dilakukan dengan cara melakukan survei dan wawancara terlebih dahulu kepada beberapa pengusaha UMKM di Desa Bedug, Kecamatan Pangkah, Kabupaten Tegal.

- b. Persiapan alat

- a) Alat bantu seperti smart phone

B. Pelaksanaan Kegiatan

Kata Pengantar dari fasilitator - Pengantar materi *Canva for* UMKM – Proses Pelatihan Pembuatan desain - pembagian kuisioner kepada peserta.

C. Hasil dan evaluasi

Setiap peserta memperlihatkan atau mempresentasikan hasil karyanya. Seluruh peserta beserta fasilitator mengevaluasi kegiatan serta membuka sesi diskusi apabila ada kesulitan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Merek dagang merupakan elemen mendasar yang wajib dimiliki oleh setiap pelaku usaha saat memulai kegiatan bisnisnya. Salah satu teknik dan strategi agar produk yang dipasarkan mudah diangkat, dikenal, dan gemari oleh pelanggan adalah dengan strategi desain merek dagang yang unik dan menarik. Namun, hal ini justru menjadi masalah bagi beberapa pelaku UMKM

khususnya di Desa Bedug RT 10 RW 03 Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal. Sebagian pelaku UMKM justru tidak memiliki desain merek dagang atau ciri khas dari produk mereka.

Sosialisasi pembuatan desain merek dagang ini hadir untuk membantu masyarakat dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Masyarakat di kenalkan dengan aplikasi Canva sebagai aplikasi yang menunjang pembuatan desain merek dagang. Aplikasi Canva dipilih karena kemudahannya dalam proses edit, banyak pilihan referensi desain, bisa dilakukan secara gratis, bisa menggunakan perangkat apapun: telepon genggam, komputer, tablet, dan keunggulan lainnya. Keunggulan tersebut tentu sangat meringankan para pelaku UMKM yang masih baru belajar tentang desain grafis.

Pelaksanaan sosialisasi berlokasi di RA Darush Sholihin tepatnya di RT 10 RW 03 Desa Bedug Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal. Sosialisasi diikuti oleh para pelaku UMKM pada hari Sabtu, 19 Juli 2019. Materi yang disampaikan adalah pengenalan aplikasi Canva dari cara mendaftarnya hingga membuka aplikasi tersebut. Masyarakat diperlihatkan beberapa desain dengan yang sudah tersedia di aplikasi tersebut. Mereka dibebaskan untuk memilih model desain yang disukai dan tentunya disesuaikan dengan produk yang dipasarkan.

Langkah-langkah yang dilakukan pada sosialisasi tersebut adalah:

1. Pengenalan aplikasi Canva

Masyakarat diperkenankan untuk membuka hp kemudian mulai mencari kata kunci Canva pada pengunduhan aplikasi atau pencarian di google. Setelah sudah menemukannya diperkenankan untuk menngunduh atau membukanya.



Gambar 1. Pengenalan Aplikasi Canva

Sumber: diolah oleh peneliti

2. Memilih desain logo pada aplikasi Canva

Masyarakat kemudian diarahkan untuk mencari dan memilih desain logo untuk merek dagang. Setiap masyarakat diperlihatkan berbagai macam logo yang bisa menjadi referensi sesuai dengan bisnis yang mereka miliki



Gambar 2. Memilih Desain Logo



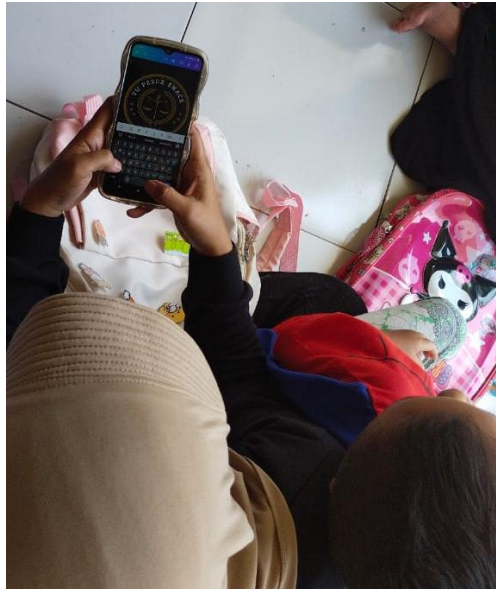
Gambar 3. Memilih Desain Logo

3. Menentukan serta mendesain logo yang diinginkan

Masyarakat yang sudah menentukan logo untuk merek dagang maka diperkenankan untuk didesain sesuai dengan produk dan nama usaha masing-masing. Masyarakat diperkenankan untuk mengedit setiap perubahan nama, warna, bahkan desain yang mereka inginkan



Gambar 4. Menentukan Dan Mendesain Logo



Gambar 5. Menentukan Dan Mendesain Logo



Gambar 6. Menentukan Dan Mendesain Logo



Gambar 7. Menentukan Dan Mendesain Logo

4. Hasil dan simpain desain merek dagang

Setiap masyarakat dipersilahkan untuk memperlihatkan desain merek dagang masing-masing sesuai dengan pilihan desain yang ditentukan.



Gambar 8. Hasil Desain Merek Dagang



Gambar 9. Hasil Desain Merek Dagang



Gambar 10. Hasil Desain Merek Dagang



Gambar 11. foto bersama masyarakat

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berlangsung di Desa Bedug RT 10 RW 03, Kecamatan Pangkah, Kabupaten Tegal, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Memberikan pengetahuan kepada masyarakat Desa Bedug RT 10 RW 03 Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal dalam edukasi pembuatan desain merek dagang.
- b. Meningkatkan kemampuan dalam bidang desain grafis bagi masyarakat Desa Bedug RT 10 RW 03 Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal khususnya dalam desain merek dagang menggunakan aplikasi Canva
- c. Memberikan edukasi pada masyarakat Desa Bedug RT 10 RW 03 Kecamatan Pangkah Kabupaten Tegal tentang perkembangan teknologi yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja, serta memahami pada masyarakat bahwa memahami teknologi sangatlah mudah dan praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Karim, & Asrani, D. (2024). Pemanfaatan aplikasi Canva untuk meningkatkan promosi produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 279-285. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i3.1582>
- Astina, C. (2022). Peningkatan UMKM bidang pemasaran dan perekonomian melalui pemanfaatan aplikasi Canva. *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1-6. <https://doi.org/10.32699/sorot.v1i2.2626>
- Dewi, K. R. K., Harini, N. N. P., & Yoga, P. A. A. (2023). Pemanfaatan Canva sebagai media promosi kreatif dan inovatif pada era digital. *Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas PGRI Mahadewa Indonesia*, 298-302.
- Mulyaningsih, T., Ratwianingsih, L., Hakim, A. R., & Mulyadi, M. (2021). Pelatihan digitalisasi dan pengelolaan produk UMKM makanan halal tradisional di Sukoharjo. *KUAT: Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 3(2), 83-88. <https://doi.org/10.31092/kuat.v3i2.1401>
- Munarsih, M., Akbar, M. F., Ariyanto, A., Ivantan, I., & Sudarsono, A. (2020). Pelatihan digital marketing dalam meningkatkan kompetensi siswa untuk berwirausaha pada SMK Muhammadiyah Parung - Bogor. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.32493/j.pdl.v3i1.6275>
- Pemerintah Indonesia. (1998). Keputusan Presiden (KEPPRES) No. 99 Tahun 1998. *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 Tahun 1985 Tentang Bidang/Jenis Usaha yang Dicapangkan untuk Usaha Kecil dan Bidang/Jenis Usaha yang Terbuka untuk Usaha Menengah atau Usaha Besar dengan Syarat Kemitraan*, 1-5.
- Purwati, Y., & Perdanawanti, L. (2019). Pelatihan desain menggunakan aplikasi Canva untuk anggota komunitas ibu profesional Banyumas Raya. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 1(1), 42-51.
- Setiawan, T., & Putro, F. H. A. (2021). Pemanfaatan graphics designer software Canva untuk meningkatkan kreativitas promosi produk UMKM di Cepogo Boyolali. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(12), 53-56. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/530>
- Solihah, N. E. Z. S. (2022). Pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk mengembangkan kreativitas dalam pemasaran produk UMKM makanan khas daerah Ciamis. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1041-1049. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8099>
- Astina, I. G. A. M. (2022). Strategi pengembangan produk UMKM melalui desain kemasan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 13(1), 55-64.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- Mulyaningsih, T., Suparto, & Setyowati, A. (2021). Digitalisasi dan pelatihan manajemen produk UMKM dalam meningkatkan pendapatan. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 1(2), 20-28.
- Nugroho, H. S., & Hidayat, T. (2020). Strategi branding produk UMKM di era digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(1), 33-40. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4663>
- Pratama, F. Y., & Lestari, R. (2021). Peran lembaga pendidikan dalam pengembangan kewirausahaan UMKM. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 10(2), 102-110.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: Evidence from Indonesia. *Procedia Computer Science*, 124, 117-123.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. LP3ES.