

Pelatihan Pemanfaatan Media Promosi Kreatif Untuk Produk Usaha Kelompok PKK RW 005 Pondok Labu - Jakarta Selatan

Norma Pravitasari^{1*}, Herlinda², Rendi Prasetya³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Informatika, Universitas Indraprasta PGRI

^{1,2,3} Jl. Raya Tengah No.80, RT.6/RW.1, Kel. Gedong, Kec. Ps. Rebo, Kota Jakarta Timur, Jakarta 13760

e-mail: vytha.mipa12@gmail.com^{1}, herlindasaid72@gmail.com², prasetyarendi@gmail.com³

* Penulis korespondensi

Diajukan: 6 Mei 2024

Direvisi: 24 Juni 2024

Diterima: 28 Juni 2024

Dipublikasikan: 30 Juni 2024

Abstrak

Dunia teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan pesat. Tidak hanya pada bidang science, namun pada bidang-bidang lain seperti: bidang keuangan, kesehatan, pendidikan, hiburan, bahkan bidang penjualan dan pemasaran. Teknologi berperan sangat penting untuk menaikkan penjualan. Teknologi memungkinkan pelaku usaha memasarkan secara kreatif. Kesempatan ini bukan hanya bagi industri besar, namun pelaku usaha kecil atau rumahan pun dapat melakukan pemasaran yang menarik dan kreatif untuk dapat meningkatkan penjualan. Hal ini karena informasi produk dapat mencapai jangkauan target pasar yang semakin luas. Permasalahannya, masih banyak pelaku usaha kecil belum mengerti penggunaan aplikasi yang dapat membantu dalam memasarkan produknya. Kami menginisiasi kegiatan berupa pelatihan pemanfaatan media promosi kreatif dengan menggunakan Canva, untuk produk usaha yang dijalankan oleh ibu-ibu PKK pada lingkungan RW 005 Kelurahan Pondok Labu, Kecamatan Cilandak – Jakarta Selatan, melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Dengan pelatihan ini, ibu-ibu PKK di RW 005 Pondok Labu mampu memanfaatkan Canva sebagai media promosi produk usahanya.

Kata kunci: Canva, Media Promosi, Media Kreatif, PKK

Abstract

The world of information and communication technology is developing rapidly. Not only in the field of science, but in other fields such as: finance, health, education, entertainment, even sales and marketing. Technology plays a very important role in increasing sales. Technology allows business people to market creatively. This opportunity is not only for large industries, but small or home businesses can also carry out attractive and creative marketing to increase sales. This is because product information can reach a wider target market. The problem is, there are still many small business actors who don't understand the use of applications that can help in marketing their products. We initiated activities in the form of training in the use of creative promotional media using Canva, for business products run by PKK women in RW 005, Pondok Labu Village, Cilandak District - South Jakarta, through community service activities. With this training, PKK women in RW 005 Pondok Labu were able to use Canva as a promotional medium for their business products.

Keywords: Canva, Promotional Media, Creative Media, PKK

1. PENDAHULUAN

Pemanfaatan teknologi dalam dunia usaha atau bisnis disebut dengan perdagangan elektronik (*e-commerce*). *E-commerce* sendiri dapat diartikan sebagai suatu saluran *online* yang dapat dijangkau oleh seseorang melalui komputer, dalam sisi pebisnis saluran ini umumnya digunakan untuk menjalankan aktivitas bisnisnya, sedangkan dari sisi konsumen saluran ini digunakan untuk mencari informasi produk sampai dengan menentukan pilihan dan akhirnya melakukan transaksi sampai dengan selesai cam. Sedangkan menurut Kalakota dan Whinston, *e-commerce* adalah aktivitas belanja *online* yang dilakukan dengan menggunakan jaringan *internet* dan transaksinya diselesaikan dengan cara transfer *digital* (Ravi Kalakota & Andrew B. Whinston, 1997).

Sehingga *e-commerce* secara umum dapat diartikan sebagai singkatan dari *electronic commerce* yang merupakan suatu bentuk perdagangan yang dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan *internet* meliputi proses pemasaran/distribusi barang atau

jasa secara daring (dalam jaringan). *E-commerce* dapat dilakukan dengan komputer, laptop, dan *smartphone*.

Penerapan *e-commerce* menjadi tren yang terus berkembang seiring perubahan pola hidup masyarakat lebih modern. Dampak positif dari *e-commerce* yaitu jangkauan pasar lebih luas, meningkatkan pendapatan dan mengurangi risiko biaya-biaya, pelayanan lebih maksimal ke konsumen, lebih banyak kemudahan dalam bertransaksi, dan peningkatan manajemen supplier. Namun, di sisi lain juga terdapat tantangan dalam era digital yaitu banyaknya kompetitor atau pesaing bisnis yang muncul akibat kemudahan penggunaan teknologi dalam berbisnis. Salah satu cara dalam mengantisipasi pesaing adalah dengan melakukan promosi yang kreatif dan inovatif terhadap produk yang dipasarkan agar masyarakat sebagai calon pelanggan tertarik menggunakan produk tersebut (Sabila Cintania Yamanda, 2023).

Menurut Hasugian media promosi merupakan suatu wadah atau tempat yang digunakan sebagai sarana promosi dan sarana pemberi informasi (Hasugian, 2018). Adapun tujuan dan fungsi dari media promosi adalah:

- a. Meningkatkan *Brand Awareness*. Saat ini kita memiliki banyak kompetitor bisnis. Untuk itu, salah satu fungsi media promosi adalah untuk meningkatkan *Brand Awareness* pada bisnis. *Brand awareness* adalah salah satu faktor yang sangat penting yang akan memperkuat hubungan dengan brand dan juga pada pelanggan yang membelinya.
- b. Menarik Perhatian Masyarakat. Dengan melakukan kegiatan promosi, maka memperkenalkan produk atau jasa kepada masyarakat. Tanpa melakukan promosi, maka tidak mungkin masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau bisnis yang kita buat. Untuk itu, kegiatan promosi sangat diperlukan untuk meningkatkan promosi penjualan produk atau jasa yang akan ditawarkan.
- c. Menjaga Pelanggan untuk Tetap Loyal. Ketatnya persaingan bisnis saat ini sudah menjadi hal yang umum. Pasti ada banyak sekali kompetitor yang berebut perhatian pelanggan untuk menggunakan produk ataupun layanan jasanya. Media promosi bisa membantu menjaga pelanggan agar tetap loyal.
- d. Meningkatkan Penjualan Produk. Kegiatan promosi yang dilakukan dengan baik akan secara efektif meningkatkan jumlah penjualan produk. Karena dengan melakukan promosi, maka artinya memperkenalkan produk atau bisnis pada calon pelanggan baru.
- e. Menambah Nilai Produk. Kegiatan promosi yang dilakukan mampu meningkatkan nilai dari suatu produk atau jasa yang dimiliki. Selain itu, promosi yang dilakukan juga akan mengubah cara pandang calon pelanggan pada produk atau jasa yang ditawarkan.

Saat ini, *social media* banyak dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu media promosi (Devi Henjang Mamuli Rara, 2022). Promosi menggunakan *social media* tidak terlepas dari konten yang akan diposting pada *social media* yang digunakan tersebut. Konten-konten yang diposting pada *social media* ini haruslah konten yang mempunyai daya tarik yang baik sehingga dapat menarik perhatian *audiens* yang melihat sehingga tujuan dilakukannya promosi dapat tercapai (Ahmad et al., 2016).

Untuk meningkatkan kreativitas media promosi, pelaku usaha dapat membuat media promosi yang menarik dengan menggunakan bantuan aplikasi Canva (Ratih et al., 2023). Canva sendiri merupakan aplikasi yang digunakan untuk membuat desain grafis dengan mudah dan cepat karena menyediakan banyak fitur yang dapat dimanfaatkan. Canva merupakan salah satu aplikasi *online* yang dapat digunakan untuk membuat desain grafis untuk berbagai macam kebutuhan seperti logo, konten *social media*, *banner* dan

lain-lain (Sholeh et al., 2020). Canva juga 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 (Rachman et al., 2023)

Oleh karena itu, demi meningkatkan kreatifitas ibu-ibu PKK dan pengusaha kecil, kami Tim Pengabdian Masyarakat dari Universitas Indraprasta PGRI menginisiasi sebuah kegiatan berupa pelatihan pemanfaatan media promosi kreatif dengan menggunakan Canva yang bertarget kepada para ibu-ibu PKK pada lingkungan RW 005 Kelurahan Pondok Labu, Kecamatan Cilandak – Jakarta Selatan. Sehingga diharapkan melalui pelatihan ini, masyarakat terutama ibu-ibu PKK di RW 005 Pondok Labu akan semakin kreatif dan semangat dalam membuat konten promosi untuk produk usahanya.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 21 November 2023, dengan durasi 3 jam, bertempat di ruang kelas Majelis Taklim Masjid Jami Al-Hikmah Pondok Labu. Tim memberikan *hardcopy* modul materi sebagai pedoman bagi peserta, mempresentasikan modul tersebut menggunakan LCD Projector.

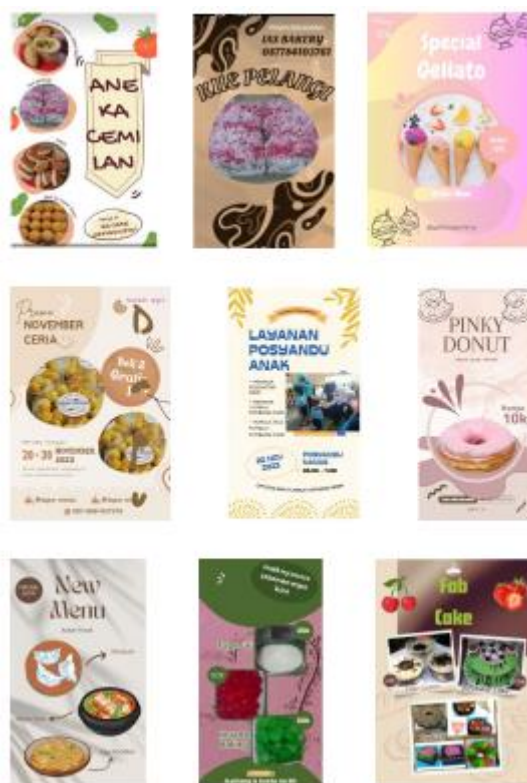
Metode yang digunakan adalah metode pendekatan pembelajaran berorientasi kepada peserta pelatihan, yaitu metode *drill and practice*, dimana peserta mendengarkan arahan narasumber, dengan pemberian contoh-contoh langsung, baik *hard skill* maupun *soft skill*, sebagai berikut:

- a. Memberikan materi tentang e-commerce.
- b. Memberikan materi tentang pentingnya media promosi dan media kreatif.
- c. Memberikan materi pengenalan aplikasi Canva dan fitur-fiturnya, sebagai salah satu dalam media promosi.
- d. Memberikan pelatihan kepada para peserta dalam menggunakan aplikasi Canva berikut contoh-contohnya.
- e. Memberikan kesempatan tanya jawab bagi peserta.
- f. Memberikan penugasan kepada para peserta untuk membuat media promosi menggunakan aplikasi Canva, sesuai produk atau kebutuhan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 21 November 2023, dengan jumlah peserta yang hadir sebanyak 20 orang. Pelatihan ini berjalan dengan baik dan lancar. Para peserta menerima dengan baik materi yang diberikan. Hal ini terlihat dari Gambar 1, yaitu beberapa hasil konten promosi yang dibuat oleh para peserta.

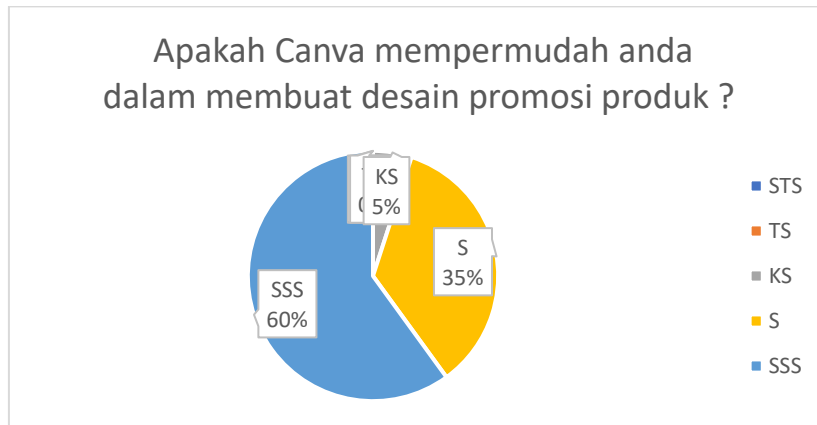
Pada langkah awal kegiatan pengabdian kepada masyarakat tim memberikan materi pengenalan mengenai pentingnya media promosi kreatif untuk membantu pemasaran produk, kemudian menjelaskan aplikasi Canva, yang dapat dimanfaatkan untuk membuat konten media promosi kreatif. Tim kemudian memberikan pelatihan praktek mengenai Canva, dengan memberikan beberapa contoh konten promosi produk menggunakan Canva, menjelaskan penggunaan fitur-fitur yang ada pada Canva, dan mengajarkan bagaimana menyimpan hasil yang telah dibuat, serta mempublikasikannya ke media sosial untuk promosi.



Gambar 1. Hasil Praktek Peserta Membuat Media Promosi dengan Canva

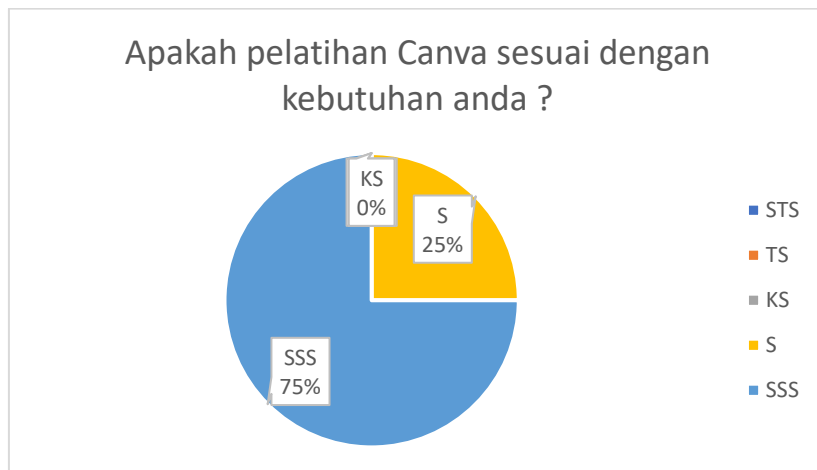


Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan



Gambar 3. Hasil Kuesioner dalam Efektifitas Penggunaan Canva

Keterangan : Gambar 3 merupakan hasil kuesioner dan jawaban mengenai Efektifitas penggunaan Canva sebagai promosi produk. Dari 20 peserta jawaban sangat sesuai memiliki prosentase 60%, jawaban Sesuai memiliki prosentase 35%, dan jawaban Kurang Sesuai memiliki prosentase 5%.



Gambar 4. Hasil Kuesioner tentang Kesesuaian Tema

Keterangan : Gambar 4 merupakan hasil kuesioner dan jawaban mengenai kesesuaian tema dengan materi yang diberikan. Dari 20 peserta jawaban sangat sesuai memiliki prosentase 75% dan jawaban Sesuai memiliki prosentase 25%.

Selain itu tim juga memberikan kesempatan para peserta untuk melakukan tanya jawab, apabila mengalami kesulitan serta masih bingung terhadap materi yang diberikan. Setelah kegiatan pelatihan, kemudian peserta kami ajak untuk berdiskusi mengenai materi yang telah dipraktekkan bersama. Peserta memberikan banyak cerita tentang pengalaman dalam membuat konten promosi, dan memberikan masukan ide-ide yang menarik dalam pembuatan konten promosi. Terlihat pada Gambar 2, para peserta terlihat antusias untuk bertanya dan juga melakukan diskusi mengenai pelatihan penggunaan Canva ini.

4. SIMPULAN

Dalam pemberian materi ini, ada beberapa peserta yang terkendala terkait penggunaan Canva, karna memang masih banyak yang belum memahami fitur-fitur yang

tersedia. Namun pada akhir sesi, banyak peserta yang telah berhasil mempraktekkan pemanfaatan Canva ini sebagai media promosi bagi produknya.

Secara umum kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat dikatakan berhasil. Hal ini terindikasi dengan tanggapan positif dari para peserta pelatihan, dan hasil pelatihan ini para peserta pelatihan telah memahami fitur-fitur aplikasi Canva, serta dapat membuat media promosi kreatif untuk produknya, untuk kemudian dapat dibagikan pada media social masing-masing.

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa sebelum pelatihan, sebagian peserta belum memanfaatkan Canva sebagai media promosi dalam penjualan produknya. Padahal aplikasi ini mudah dipelajari dan digunakan oleh pengguna baru. Setelah dilaksanakan pelatihan, peserta memahami bagaimana penggunaan fitur-fitur di dalam Canva, dan sudah dapat membuat media promosi digital bagi produk usahanya. Penggunaan Canva sangat membantu dalam mendesain konten media promosi, karena memiliki banyak *template* yang dapat digunakan secara gratis. Dengan desain media promosi yang baik, tentu dapat menunjang pemasaran terhadap produk usaha peserta, agar dapat meningkat pula penjualan produknya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim sangat mengapresiasi dan berterima kasih kepada Mitra, yaitu:

1. Ketua Kelompok PKK RW 05, ibu Ratih Wijayanti.
2. Ketua RW 05, bapak Ladu Majenda, S.E.
3. Para Peserta, ibu-ibu anggota PKK RW 05 Pondok Labu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. S., Musa, R., & Harun, M. H. M. (2016). The Impact of Social Media Content Marketing (SMCM) towards Brand Health. *Procedia Economics and Finance*, 37, 331–336. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30133-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30133-2)
- Devi Henjang Mamuli Rara. (2022). Media Sosial sebagai Alternatif Penjualan Pengusaha Kain Jumputan Sutra Ditengah Pandemi COVID-19. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2, 45–52. <https://doi.org/10.38043/parta.v2i1.3171>
- Hasugian, P. S. (2018). Perancangan Website sebagai Media Promosi dan Informasi. In *Journal Of Informatic Pelita Nusantara* (Vol. 3, Issue 1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=eMZRYgEACAAJ>
- Rachman, R., Widiarti, D., Yudistira, A., Nanggala, A., Wahdi, I., Prasetyo, R., Bisnis, P., Bisnis, D., Abdurachman, U., & Situbondo, S. (2023). *Pelatihan Digital Kreatif dalam Pengembangan Daya Tarik Promosi Produk UMKM di SMK Negeri 1 Panji Kabupaten Situbondo*.
- Ratih, K., Dewi, K., Nyoman, N., Harini, P., Adi, P., & Yoga, A. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital Using Canva as a Creative and Inovative Promotion Media in the Digital Era.
- Ravi Kalakota, & Andrew B. Whinston. (1997). *Electronic Commerce A Manager's Guide*. Addison-Wesley.
- Sabila Cintania Yamanda, B. P. P. B. P. B. H. S. S. (2023). Analisis dari Dampak yang Terlihat pada Perkembangan E-Commerce Di Era Digitalisasi dan Rantai Pasok Logistik. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(15), 616–621.

- Setyorini, S., Agustino, H., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. (2022). Pelatihan Komputer Desain Canva Bagi Anak Remaja Di Desa Mojosari Kepanjen Malang. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 793–798. <https://doi.org/10.47492/eamal.v2i1.1214>
- Sholeh, M., Rachmawati, R., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm. *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4, 430. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.2983>