



PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMASARAN DIGITAL IBU-IBU
KOMUNITAS DAPUR K-APEL MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN IKLAN
SEDERHANA MENGGUNAKAN CANVA

Nurfaedah^{1*}, Pujianti Wahyuningsih², A. Edeth Fuari Anatasya³, Suwatri Jura⁴,
Muhammad Risal⁵, Nur Mustika⁶, Yuliah⁷, Nurmadinah Hs⁸, Musdalifah
Djamaluddin⁹

Universitas Handayani Makassar, Makassar, Indonesia

Email: nurfaedahkimya@handayani.ac.id

ABSTRAK

Komunitas Dapur K-Apel, Makassar yang beranggotakan ibu-ibu rumah tangga merupakan salah satu kelompok masyarakat yang memiliki berbagai produk usaha rumahan yang berpotensi untuk dipasarkan secara luas, namun sebagian besar dari mereka masih minim pengetahuan mengenai cara memasarkan produk melalui media sosial. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan ibu-ibu dalam membuat konten iklan sederhana menggunakan aplikasi Canva agar dapat dipromosikan melalui media sosial dengan tampilan yang lebih menarik. Kegiatan dilaksanakan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat (community development) dengan tahapan observasi, sosialisasi materi digital marketing, pelatihan praktik desain menggunakan Canva, serta pendampingan pengunggahan hasil desain ke media sosial. Kegiatan ini merupakan bagian dari program Kampus Lorong yang dilaksanakan atas kolaborasi dengan Komunitas Anak Pelangi (K-Apel) dan Yayasan Kebudayaan Aruna Ikutuo Indonesia serta Universitas Handayani Makassar. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa peserta berhasil membuat beberapa desain brosur dan poster iklan melalui Canva yang siap dipromosikan di media sosial. Peserta juga menunjukkan antusiasme tinggi dan pemahaman yang meningkat terhadap konsep dasar pemasaran digital, jenis-jenis platform pemasaran, serta cara membuat konten promosi yang menarik. Kegiatan ini disimpulkan berhasil membekali ibu-ibu komunitas Dapur K-Apel dengan keterampilan dasar desain grafis dan pemasaran digital sederhana yang dapat mendukung keberlanjutan usaha mereka, serta perlu ditindaklanjuti dengan pendampingan pemasaran media sosial secara berkala.

Kata Kunci: pemasaran digital; Canva; UMKM; ibu-ibu; media sosial

ABSTRACT

The Komunitas Dapur K-Apel in Makassar, whose members consist of housewives, is one of the community groups that owns a variety of home-based business products with strong potential to be marketed widely. However, most of its members still have limited knowledge of how to market their products through social media. This community service program aimed to improve participants' ability to create simple advertisement content using

the Canva application so that their products could be promoted on social media with a more attractive appearance. The program was carried out through a community development approach consisting of observation, socialization of digital marketing concepts, hands-on design training using Canva, and mentoring in uploading the design outputs to social media. This activity was part of the Kampus Lorong program, carried out in collaboration with Komunitas Anak Pelangi (K-Apel) and Yayasan Kebudayaan Aruna Ikatuo Indonesia as well as Handayani University Makassar. The results showed that participants successfully produced several brochure and poster designs through Canva that were ready to be promoted on social media. Participants also demonstrated high enthusiasm and an improved understanding of basic digital marketing concepts, types of marketing platforms, and how to create engaging promotional content. The program is concluded to have successfully equipped the housewives of K-Apel Kitchen Community with basic graphic design and digital marketing skills that can support the sustainability of their businesses, and should be followed up with periodic social media marketing mentoring.

Keywords: digital marketing; Canva; MSME; housewives; social media

PENDAHULUAN

Pemasaran digital (*digital marketing*) merupakan aktivitas pemasaran produk atau layanan yang memanfaatkan platform digital seperti internet, media sosial, surel, dan aplikasi berbasis daring (Akbar et al., 2022). Pemasaran melalui media sosial memungkinkan pelaku usaha berinteraksi langsung dengan calon konsumen serta memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang jauh lebih terjangkau dibandingkan pemasaran konvensional (Moriarty, 2015). Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, kemampuan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi menjadi salah satu keterampilan penting yang menentukan daya saing pelaku usaha mikro, termasuk usaha rumahan yang dikelola oleh perempuan di lingkungan permukiman padat penduduk atau lorong (Rahayu & Santoso, 2022).

Berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan aplikasi desain grafis seperti Canva efektif meningkatkan kemampuan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam membuat konten promosi yang menarik tanpa memerlukan keahlian desain khusus. Riyantoko dkk. (2022) menemukan bahwa pelatihan Canva pada pelaku usaha Kampung Kue Surabaya mampu meningkatkan kualitas media promosi yang dihasilkan pelaku usaha. Solihah dan Zakiah (2022) juga melaporkan hasil serupa pada pelatihan Canva bagi UMKM makanan khas daerah Ciamis, dimana peserta berhasil menguasai aplikasi tersebut dan mampu mendesain promosi produk secara lebih menarik. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Mutiarachim dan Tyoso (2024) serta Endra dkk. (2024), yang menunjukkan bahwa Canva menjadi alat yang mudah dipelajari oleh pelaku usaha awam sehingga mempercepat proses adaptasi mereka terhadap pemasaran digital.

Ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas Dapur K-Apel yang terletak di Jalan Dg. Jakking Kelurahan Parangtambung Kecamatan Tamalate, Kota Makassar, memiliki berbagai produk usaha rumahan yang berpotensi untuk dipasarkan secara lebih luas. Diantaranya Putu Ayu, Baruasa, Es Teler, Jalangkote, dan aneka

macam makanan olahan lainnya. Namun, berdasarkan hasil observasi tim pengabdian, sebagian besar dari mereka belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam memasarkan produk melalui media sosial, termasuk cara membuat tampilan iklan atau konten promosi yang menarik minat pembeli. Kesenjangan ini menjadi dasar penting bagi pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan sebagai bagian dari program Kampus Lorong, hasil kolaborasi dengan Komunitas Anak Pelangi (K-Apel) dan Yayasan Kebudayaan Aruna Ikatuo Indonesia serta Universitas Handayani Makassar.

Berdasarkan latar belakang dan kesenjangan tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada ibu-ibu komunitas Dapur K-Apel mengenai konsep dasar pemasaran digital serta melatih mereka membuat iklan atau poster promosi sederhana menggunakan aplikasi Canva, sehingga produk yang mereka miliki dapat dipromosikan melalui media sosial dengan tampilan yang lebih menarik dan profesional.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan pemberdayaan masyarakat (*community development*) yang berfokus pada peningkatan keterampilan praktis kelompok sasaran melalui edukasi dan pendampingan langsung. Kegiatan dilaksanakan di Lorong Dg. Jakking, Kota Makassar, sebagai bagian dari program Kampus Lorong yang diselenggarakan atas kolaborasi antara tim pengabdian, Komunitas Anak Pelangi (K-Apel), Universitas Handayani Makassar, dan Yayasan Kebudayaan Aruna Ikatuo Indonesia.

Sasaran kegiatan adalah ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas Dapur K-Apel di Lorong Dg. Jakking dan memiliki produk usaha rumahan namun belum memasarkannya secara digital. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu: (1) observasi, untuk mengidentifikasi produk yang dimiliki komunitas serta tingkat pengetahuan mereka tentang pemasaran digital (Pribadi et al., 2023); (2) sosialisasi materi, berupa pemaparan mengenai pengertian, manfaat, dan jenis-jenis digital marketing serta cara membuat konten iklan yang menarik (Hasanuddin et al., 2025); (3) pelatihan praktik, berupa pendampingan langsung pembuatan iklan atau poster sederhana menggunakan aplikasi Canva, mengikuti pola pelatihan yang dilakukan Riyantoko dkk. (2022) dan Larasati dan Roidah (2023); dan (4) pendampingan pengunggahan hasil desain ke platform media sosial sebagai sarana promosi (Mutiarachim & Tyso, 2024).

Data pelaksanaan kegiatan diperoleh melalui observasi langsung, dokumentasi hasil karya peserta, serta pengamatan terhadap partisipasi dan antusiasme peserta selama pelatihan berlangsung. Data tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif untuk melihat sejauh mana pelatihan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat konten pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan diawali dengan sosialisasi materi digital marketing yang mencakup pengertian, manfaat, jenis-jenis platform pemasaran digital, serta cara membuat konten iklan yang menarik bagi konsumen. Cakupan materi yang

disampaikan kepada peserta disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Materi Pelatihan Digital Marketing bagi Ibu-Ibu Komunitas Dapur K-Apel

No.	Materi
1	Pengertian dan pentingnya digital marketing bagi usaha rumahan
2	Jenis-jenis digital marketing (media sosial, surel, mesin pencari, iklan digital)
3	Cara membuat konten iklan produk yang menarik
4	Praktik pembuatan poster/brosur iklan menggunakan Canva
5	Pendampingan pengunggahan hasil desain ke media sosial

Sumber: Dokumentasi kegiatan pengabdian, Kampus Lorong (2026)



Gambar 1. Penyampaian materi

Pada sesi praktik, peserta didampingi secara langsung dalam membuat desain iklan menggunakan Canva, mulai dari pemilihan templat, penyusunan teks, pemilihan warna dan elemen visual, hingga penyusunan tata letak produk. Kemudahan antarmuka Canva memungkinkan peserta yang sebelumnya tidak memiliki latar belakang desain grafis untuk tetap dapat menghasilkan karya visual yang menarik, sejalan dengan temuan Mutiarachim dan Tyoso (2024) bahwa Canva merupakan alat yang mudah dipelajari oleh pelaku usaha awam dalam waktu singkat.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta berhasil membuat beberapa desain brosur dan poster iklan produk melalui Canva yang siap dipromosikan di media sosial. Capaian ini memperkuat temuan Riyantoko dkk. (2022) dan Endra dkk. (2024) bahwa pelatihan Canva secara konsisten mampu meningkatkan kualitas materi promosi yang dihasilkan pelaku usaha kecil, sekaligus mendorong keberanian mereka untuk mulai memasarkan produk secara digital. Antusiasme peserta yang tinggi selama pelatihan turut mengindikasikan bahwa kebutuhan akan keterampilan pemasaran digital ini memang nyata dirasakan oleh ibu-ibu Komunitas Dapur K-Apel, sejalan dengan manfaat digital marketing dalam menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus keluar rumah.

Luaran yang dicapai dari kegiatan ini berupa peningkatan pemahaman ibu-ibu terhadap konsep dasar pemasaran digital serta tersedianya beberapa desain iklan produk hasil karya peserta yang siap digunakan untuk promosi di media sosial. Dengan keterampilan ini, ibu-ibu Komunitas Dapur K-Apel diharapkan mampu memasarkan produknya secara lebih mandiri dan berkelanjutan tanpa bergantung sepenuhnya pada pemasaran dari mulut ke mulut.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa edukasi dan pelatihan pembuatan iklan sederhana menggunakan Canva bagi ibu-ibu Komunitas Dapur K-Apel, Makassar, telah terlaksana dengan baik sesuai tujuan yang direncanakan. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan berhasil membuat beberapa desain brosur serta poster iklan produk yang siap dipromosikan melalui media sosial. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan masyarakat melalui sosialisasi materi digital marketing yang dipadukan dengan praktik langsung menggunakan Canva efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemasaran digital kelompok sasaran yang sebelumnya minim pengetahuan di bidang tersebut.

Kegiatan pelatihan sejenis disarankan untuk terus dilanjutkan dengan pendampingan berkala, terutama dalam hal strategi konten dan pengelolaan akun media sosial secara konsisten, agar produk-produk ibu-ibu Komunitas Dapur K-Apel dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mendukung keberlanjutan usaha mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kampus Lorong, Komunitas Anak Pelangi (K-Apel), Yayasan Kebudayaan Aruna Ikatuo Indonesia, dan Universitas Handayani Makassar atas kolaborasi dan dukungan dalam pelaksanaan program pengabdian ini, serta kepada ibu-ibu komunitas Dapur K-Apel atas partisipasi aktif dan kerja sama yang baik selama kegiatan berlangsung.

REFERENSI

- Akbar, R., Winanda, T. Y., Rahmayanti, M., Yetti, D., & Yelmi, H. (2022). Analisa pemanfaatan digital marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM di Kabupaten Kampar. *Jurnal Sains dan Ilmu Terapan*, 5(2), 47-54
- Endra, R. Y., Redaputri, A. P., Dunan, H., Aprinisa, Syahputra, M. B., & Handayani, A. (2024). Pelatihan design dengan Canva untuk UMKM sebagai sarana promosi produk di Desa Ganjar Asri Metro. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(1), 32-38.
- Hasanuddin, M., Rizki, C. A., Khodijah, S., & Prayoga, A. A. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing dan desain konten media sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berdampak (JUPEMBA)*, 1(3), 107-114.
- Larasati, G., & Roidah, I. S. (2023). Penggunaan aplikasi Canva untuk pembuatan konten gambar sebagai upaya promosi produk UMKM di media sosial. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Karya*, 3(1), 17-23.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui media sosial: Antecedents dan consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 187-196.
- Mutiarachim, A., & Tyoso, J. S. P. (2024). Pelatihan pembuatan media promosi mudah dan menarik dengan aplikasi Canva untuk UMKM di Desa Blerong Kabupaten Demak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(1), 1-9.

- Pribadi, A., Nofiar, Am, A., Putri, I. P., Akbar, R., Yetti, D., Hamid, A., Yani, M. R., & Nofrifaldi, (2023). Penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya hasil produk UMKM di Desa Kebun Durian Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 4(2), 401-406.
- Rahayu, S., & Santoso, B. (2022). Strategi Social media marketing dalam peningkatan daya saing usaha mikro perempuan di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(3), 145-158.
- Riyantoko, P. A., Fahrudin, T. M., Sa'diyah, I., Varqa Ansori, N. A., Atnanda, P. A., & Alamsyah, R. B. (2022). Pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pemasaran di Kampung Kue Surabaya. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 198-203.
- Solihah, S., & Zakiah, N. E. (2022). Pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk mengembangkan kreativitas dalam pemasaran produk UMKM makanan khas daerah Ciamis. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1041-1050.