



PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN KONTEN PROMOSI DI MEDIA SOSIAL MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA

Vonezyo Yupanzara Dharomesz¹,
Api Adyantari*², Raymundo Patria
Hayu Sasmita³, Oscar
Chrismadian Noventa⁴

^{1,2,4} Program Studi Manajemen, Universitas
Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia

³ Program Studi Akuntansi, Universitas
Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia

Article History

Received : 26 September 2023

Revised : 02 Oktober 2023

Accepted : 27 Oktober 2023

Available Online : 30 November 2023

*Corresponding author :

Nama : Api Adyantari

Email : api.adyantari@uajy.ac.id

Licensed Under a Creative
Commons Attribution 4.0
International License



Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini berada pada persaingan yang kompetitif. Persaingan tak lain berasal dari kompetitor UMKM lainnya terutama dalam hal pemasaran digital dan *branding*. Kedua hal tersebut merupakan suatu kemampuan yang harus dimiliki UMKM secara digital. Persaingan yang terjadi pada pasar saat ini menyebabkan UMKM harus bersiap dalam menghadapi kompetensi digital yang cepat berkembang secara signifikan. UMKM perlu memahami bahwa aktivitas bisnis secara digital dapat dilakukan dengan optimalisasi media digital. Optimalisasi media digital yang kuat dan efektif merupakan salah satu aspek utama kesuksesan UMKM. Melalui hal tersebut, pelaku bisnis seperti UMKM perlu mengembangkan kemampuannya di media digital dengan menghasilkan konten pemasaran yang menarik dan interaktif terutama yang dapat digunakan sebagai promosi UMKM di media digital. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan pada para pelaku UMKM di Paroki Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati, Yogyakarta mengenai strategi pembuatan konten promosi di media digital melalui aplikasi Canva. Sehingga pelaku UMKM dapat memasarkan produk baik barang atau jasa melalui media digital dan akhirnya mampu meningkatkan performa bisnis berupa penjualan dan keberlanjutan bisnis. Pelatihan ini berhasil memberikan edukasi dan gambaran kepada pelaku UMKM tentang penggunaan aplikasi Canva yang efektif untuk UMKM. Peserta dilibatkan untuk menggunakan Canva dengan membuat akun Canva, login ke aplikasi Canva, memilih *template*, hingga memasukkan gambar dan narasi ke dalam *template* yang sudah dipilih. Diharapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dapat menjadi cara untuk mengembangkan UMKM dan dapat meningkatkan performa UMKM baik penjualan dan keberlanjutan UMKM.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, UMKM, Media Digital, Canva

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are currently in a competitive environment. Competition comes from none other than other MSME competitors, especially in terms of digital marketing and branding. These two things are capabilities that MSMEs must have digitally. The competition that occurs in the current market means that MSMEs must be prepared to face digital competencies that are rapidly developing significantly. MSMEs need to understand that digital business activities can be carried out by optimizing digital media. Strong and effective digital media optimization is one of the main aspects of MSME success. Through this, MSMEs need to develop their capabilities in digital media by producing interesting and interactive marketing content, especially those that can be used as promotion for MSMEs in digital media. The aim of this community service is to provide training and assistance to MSMEs in Paroki Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati, Yogyakarta regarding strategies for creating promotional content on digital media via the Canva application. So that MSME players can market products, whether goods or services, through digital media and ultimately be able to improve business performance in the form of sales and business sustainability. This training was successful in providing education and insight to MSME players about the effective use of the Canva application for MSMEs. Participants are involved in using Canva by creating a Canva account, logging in to the Canva application, selecting a template, and inserting images and narratives into the selected template. It is hoped that the training and mentoring activities carried out can be a way to develop MSMEs and can improve MSME performance, both sales and sustainability of MSMEs.

Keywords: Digital Marketing, MSME, Digital Media, Canva

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi di bidang penjualan atau perdagangan yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha sesuai dengan standar yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Pada era digital yang semakin berkembang dengan pesat, UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam persaingan bisnis saat ini. UMKM berperan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, dengan meningkatkan tingkat pendapatan nasional, menciptakan lapangan kerja, dan berkontribusi terhadap difusi inovasi (Vizano, dkk., 2022; Asih, dkk., 2022; Tafiprios, dkk., 2022). Permasalahan utama suatu UMKM bukan hanya sekedar mencapai tingkat kinerja tinggi yang stabil tetapi juga mempertahankan posisi di pasar sambil bersaing dengan segala tantangan tak terduga yang akan datang (Sunarto dan Setiadi, 2023). Tak lain persaingan yang kompetitif tersebut berasal dari kompetitor UMKM lainnya terutama dalam hal pemasaran digital dan *branding*. Kedua hal tersebut merupakan suatu kemampuan yang harus dimiliki UMKM secara digital.

Pemasaran digital adalah pendekatan pemasaran yang mengandalkan teknologi digital dan platform *online* untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek secara efektif kepada pasar sasaran (Sudirjo, dkk., 2023). Pemasaran digital dapat digunakan sebagai salah satu strategi pemasaran yang tidak bisa diabaikan oleh UMKM. Hal ini menjadikan pemasaran digital sebagai bagian utama dari upaya pemasaran yang sukses dalam mencapai kesuksesan di era bisnis digital ini. Pemasaran digital memiliki keunggulan dalam menghadirkan target pasar yang lebih tepat dan hasil yang lebih terukur dibandingkan pemasaran tradisional (Praja, dkk., 2023). Sehingga melalui pemasaran digital UMKM dapat lebih mudah menjangkau pasar dan meningkatkan kapabilitas bisnis secara digital. Kesuksesan pemasaran digital juga dipengaruhi oleh proses *branding* UMKM. *Branding* merupakan cara yang dapat dilakukan oleh UMKM untuk menyampaikan kesan dan daya tarik bagi konsumen (Maidah, dkk., 2023). Kemampuan dalam mengupayakan *branding* merupakan suatu keharusan bagi keberhasilan UMKM dalam memperkenalkan produk kepada konsumen. Proses kreatif tidak dapat hanya sekedar tampilan produk saja, tetapi mempertimbangkan citra yang akan dilihat oleh konsumen, keunikan produk dan manfaat yang dapat diberikan dari produk yang ditawarkan.

Mengetahui adanya tantangan yang dihadapi oleh UMKM, maka penting untuk melakukan pemasaran digital yang efektif dan *branding* produk. Persaingan yang terjadi pada pasar saat ini menyebabkan UMKM harus bersiap dalam menghadapi kompetensi digital yang cepat berkembang secara signifikan. UMKM perlu memahami bahwa aktivitas bisnis secara digital dapat dilakukan dengan optimalisasi media digital. Optimalisasi media digital yang kuat dan efektif merupakan salah satu aspek utama kesuksesan UMKM. Media digital yang dapat digunakan seperti aplikasi Canva. Canva merupakan aplikasi digital atau *online*

yang digunakan untuk mendesain berbagai jenis desain yang inovatif dan kreatif (Khomariah dan Primandari, 2021). Desain tersebut nantinya menjadi konten digital yang digunakan oleh UMKM untuk melakukan pemasaran digital dan *branding* UMKM. Contoh desain yang dihasilkan misalnya seperti pamflet, logo, dan poster. Oleh karena itu, aplikasi Canva mudah digunakan oleh UMKM dalam menyusun konten digital yang menarik dan interaktif untuk konsumennya (Choirina, dkk., 2022).

Aplikasi Canva sangat sesuai dan menjadi rekomendasi bagi pelaku UMKM. Hal ini dikarenakan Canva ramah dan mudah diterapkan untuk mengedit, memiliki beragam fitur yang disertakan, dan dapat diakses menggunakan data atau aplikasi web, hingga menyediakan berbagai *template* yang gratis dan menarik untuk digunakan. Berdasarkan hal tersebut, pelaku UMKM dapat lebih mudah memasarkan produk baik barang atau jasa melalui media digital dan akhirnya mampu meningkatkan performa bisnis berupa penjualan dan keberlanjutan bisnis. Selain itu, konten yang sudah dibuat pada aplikasi Canva digunakan untuk proses promosi produk UMKM di media sosial. Media sosial merupakan media *online* yang digunakan sebagai sarana interaksi sosial *online* di internet (Sherly, dkk., 2020). Media sosial yang dapat digunakan dengan mudah adalah Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Media sosial tersebut mempermudah UMKM untuk menyampaikan produknya kepada konsumen. Media sosial sebagai media digital perlu dioptimalkan oleh pelaku UMKM.

Dalam mengembangkan UMKM berbasis digital, Seksi Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE) Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati akan mendampingi UMKM yang ada di wilayahnya. Namun, pendampingan yang dilakukan oleh Seksi Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE) Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati belum cukup efektif mengingat keterbatasan sumber daya yang mengelola bagian tersebut. Berdasarkan hal tersebut, Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) melalui kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PPM), memberikan Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva pada UMKM binaan Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati. Melalui pendampingan dan pelatihan langsung dengan mempelajari Canva peserta mendapatkan edukasi dan gambaran tentang penggunaan aplikasi Canva yang efektif untuk UMKM. Kegiatan pelatihan berupa penggunaan aplikasi Canva mulai dari mengakses aplikasi, membuat akun, membuat dan memodifikasi desain serta mengunduh desain yang telah dibuat. Sebelum kegiatan pelatihan ini dilaksanakan para pelaku UMKM telah mengikuti serangkaian kegiatan seperti, pentingnya memahami pemasaran digital dan pemahaman mengenai strategi promosi untuk meningkatkan penjualan dan pentingnya meningkatkan keterampilan sumber daya manusia untuk mengembangkan UMKM secara berkelanjutan. Melalui hal tersebut, pemasaran digital dan *branding* menggunakan aplikasi Canva dapat mempermudah proses pembuatan konten promosi produk UMKM di media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini termasuk pada pengabdian kepada masyarakat. Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada pelaku UMKM di lingkup Paroki Aloysius Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati, Yogyakarta dan bekerja sama dengan Seksi Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE) mendampingi para peserta kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva. Sasaran peserta kegiatan ini adalah umat Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati yang memiliki UMKM. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan kurang lebih selama 1 bulan. Adapun beberapa kegiatan diawali dengan sosialisasi dan diskusi. Kemudian dilanjutkan melalui beberapa tahapan berikut:

1. Assessment Kebutuhan UMKM

Persiapan pertama yang dilakukan adalah *assessment*. Tujuannya adalah mengetahui kebutuhan dan permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM di lingkup Paroki Aloysius Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati, Yogyakarta. Pertama, melakukan wawancara bersama tim perwakilan Seksi Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE). Wawancara yang dilakukan tak lain adalah proses pemetaan kebutuhan materi yang disampaikan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat mendatang.

Kedua, dilakukan diskusi dengan metode *Focus Group Discussion* (FGD). FGD dilakukan sebanyak dua kali bersama pelaku UMKM di lingkup Paroki Aloysius Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati, Yogyakarta. FGD yang dilakukan kali pertama dengan tim PSE Paroki Aloysius Gonzaga Mlati adalah untuk mengetahui kebutuhan pelaku UMKM yang dibina oleh tim PSE Paroki Aloysius Gonzaga Mlati. FGD kedua dilakukan bersama dengan pelaku UMKM di Paroki Aloysius Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati, Yogyakarta untuk memetakan permasalahan dan kendala yang dihadapi dalam melakukan pemasaran digital dan *branding*.

2. Penentuan Materi Pelatihan

Setelah *assessment* dilakukan, maka didapatkan hasil dari FGD yang dilakukan. Hasil yang didapatkan dituliskan dalam bentuk transkrip dan didokumentasikan untuk kelancaran kegiatan. Selanjutnya, tim pengabdian kepada masyarakat menyusun materi berdasarkan hasil *assessment* dan FGD yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM. Penyusunan materi dilakukan untuk memetakan permasalahan yang terjadi pada UMKM. Selain itu, keikutsertaan tim Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE) membantu tim pengabdian kepada masyarakat untuk membuat materi lebih relevan dengan aktivitas yang terjadi pada pelaku UMKM.

3. Penyusunan Modul dan Silabus

Materi yang disusun menjadi acuan tim pengabdian kepada masyarakat untuk menyusun modul dan silabus. Informasi yang didapatkan kemudian dipetakan lebih lanjut dan menjadi materi akhir untuk pelatihan dan

pendampingan pelaku UMKM. Materi tersebut secara spesifik dan fokus kepada pada Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva untuk menjawab permasalahan pelaku UMKM di Paroki Aloysius Gonzaga Mlati. Selain modul, tim pengabdian kepada masyarakat juga menyusun *handbook* yang dapat digunakan sebagai panduan dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan untuk peserta. Seluruh materi yang dibuat disesuaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti, mengadaptasi dari buku dan sumber relevan terkait bidang pemasaran digital dan *branding*.

4. Pendampingan UMKM

Beberapa proses dilakukan dengan seksama. Kesiapan materi yang sudah disusun kemudian disampaikan kepada peserta yaitu pelaku UMKM. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *workshop*. Beberapa penjelasan terkait pemasaran digital, *branding*, dan pembuatan konten interaktif dan menarik disampaikan pada *workshop* ini. Selain itu, yang membuat menarik pada kegiatan *workshop* ini adalah pemaparan terkait pembuatan konten yang interaktif dan menarik menggunakan aplikasi Canva. Tim pengabdian kepada masyarakat juga melakukan pendampingan secara berkala pada peserta. Tujuannya, agar semakin optimal kinerja UMKM yang dimiliki oleh peserta melalui pembuatan konten yang relevan dengan bisnis, yang sederhana tetapi dapat membuat pemasaran digital dan *branding* UMKM berhasil.

HASIL PEMBAHASAN

Permasalahan di Lingkungan

Organisasi dalam lingkup Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati yaitu Seksi Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE) mendapatkan kesempatan dalam menyampaikan permasalahannya. Selain menggerakkan dan mewujudkan solidaritas umatnya, tim PSE juga menjadi jembatan bagi pelaku UMKM dalam lingkup tersebut untuk menjalankan bisnis. Sehingga sebagai pendamping internal, tim PSE berusaha meningkatkan kinerja UMKM di dalamnya. Tentu, tidak mudah bagi tim PSE melakukan pendampingan tersebut karena terdapat beberapa kendala antara lain:

- 1) Banyak peserta Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva yang masih belum familiar dengan aplikasi canva. Sehingga membuat sesi pelatihan dibutuhkan penjelasan yang lebih detail dan mendalam terkait aplikasi Canva mulai dari login pada aplikasi canva, memilih *template*, sampai pada memasukkan gambar dan membuat tulisan pada *template* yang telah dipilih.
- 2) Meskipun terdapat peserta dengan usia cukup muda mengikuti kegiatan ini, tetapi Peserta Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva didominasi peserta dengan usia di atas 35 tahun yang menyebabkan kendala berupa kesulitan dalam menggunakan aplikasi Canva. Hal tersebut membuat tim memberikan solusi

berupa membagi peserta ke dalam beberapa kelompok dengan usia beragam. Sehingga pada satu kelompok terdiri dari peserta dengan usia muda maupun tua. Solusi tersebut bertujuan untuk memudahkan pertukaran informasi dan pemahaman mengenai aplikasi Canva.

- 3) Tidak semua peserta memiliki *tools* pendukung yang memadai untuk digunakan pada kegiatan ini. *Tools* yang dimaksud seperti telepon genggam atau laptop. Sehingga sebagai alternatif solusi, pada proses kegiatan peserta dapat bergabung dengan peserta lain yang memiliki *tools* yang lebih memadai dan dapat digunakan dalam proses pelatihan dan pendampingan. Selain itu, peserta juga bersedia untuk meminjam *tools* dari kerabat atau saudaranya dalam menyelesaikan kegiatan ini.

Penyelesaian

Dari masalah yang muncul pada Paroki Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati, tentu perlu dilakukan usaha perbaikan dan pengembangan berkelanjutan sehingga diperlukan pelatihan dan pendampingan tambahan yang fokus pada pemasaran digital dan *branding* UMKM. Hal pertama yang dilakukan yaitu pelatihan dan pendampingan mengenai pembuatan konten promosi pada media sosial menggunakan Canva karena belum optimal dilakukan oleh masing-masing peserta. Pelatihan dan pendampingan dilaksanakan lebih dari 2 kali agar lebih optimal. Pertemuan awalnya dilakukan dengan wawancara dan diskusi dengan metode FGD. Lalu tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan materi yang disusun sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM. Pelatihan dan pendampingan terkait dengan pemasaran digital dan *branding* menjadi rangkaian kegiatan selanjutnya. Kemudian ditutup dengan praktik yang menjadi pertemuan terakhir dari kegiatan ini. Praktik yang dilakukan disertai presentasi produk UMKM. Tujuannya adalah mendapatkan penilaian sederhana untuk dapat diperbaiki dan dikembangkan secara berkelanjutan oleh peserta tak lain adalah pelaku UMKM.

Selanjutnya adalah pembuatan modul pelatihan dan pendampingan dalam bentuk *e-book*. Pembuatan modul berupa materi yang khusus membahas penggunaan aplikasi Canva dan pembuatan konten promosi di media sosial melalui Canva seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Modul berisi panduan-panduan praktikal sederhana seperti membuat akun aplikasi Canva, membuat konten melalui aplikasi Canva yang dapat diakses melalui telepon genggam atau laptop. Pembuatan modul ini lebih banyak menjelaskan proses pembuatan konten menggunakan aplikasi Canva. Hal ini didasarkan pada kebutuhan para pelaku UMKM Paroki Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati yang membutuhkan konten yang sederhana dan mudah untuk didistribusikan ke media sosial. Lalu dilanjutkan dengan kegiatan yang mengundang peserta dalam terlibat pada diskusi dengan bertanya mengenai kesadaran peserta tentang aplikasi Canva. Terkait dengan mengetahui aplikasi Canva ataupun pernah menggunakan aplikasi Canva sebelumnya. Sebagian besar peserta yang hadir menjawab belum mengetahui

ataupun belum pernah menggunakan aplikasi Canva tersebut. Kemudian pada sesi penyampaian materi tentang manfaat Canva untuk membuat konten promosi di media sosial, tim menjelaskan contoh-contoh konten promosi yang dibuat menggunakan aplikasi Canva serta proses pemilihan *template* dari aplikasi Canva yang menarik dan interaktif untuk konten UMKM.



Gambar 1. Penjelasan Mengenai Aplikasi Canva oleh Tim

Materi selanjutnya adalah cara membuat konten dengan aplikasi Canva. Pada bagian ini pelaku UMKM di perkenalkan dengan aplikasi Canva baik dari sisi tampilan, fungsi masing-masing bagian dalam aplikasi Canva, kumpulan-kumpulan *template* untuk desain konten, dan proses pemilihan jenis huruf dan animasi pada aplikasi Canva. Aplikasi Canva juga dapat digunakan untuk membuat desain lain seperti logo, poster, *banner* iklan, dan lain-lain. Berikutnya, tim pemateri melibatkan peserta untuk praktik membuat konten menggunakan aplikasi Canva. Pada sesi ini peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok yang berisi satu pendamping. Setiap pendamping dari tim pemateri lalu menunjukkan kepada peserta cara login ke aplikasi Canva, cara memilih *template* menarik untuk diunggah ke media sosial, dan proses memasang foto dan membuat narasi pada *template* yang sudah dipilih pada aplikasi Canva.



Gmbr 2. Penjelasan Cara Membuat Konten Menggunakan Aplikasi Canva oleh Tim

KESIMPULAN

Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva yang dilakukan sangat membantu pelaku UMKM dalam hal pembuatan konten promosi. Kelebihan aplikasi Canva adalah menyediakan berbagai jenis pilihan *template* yang menarik dan interaktif. Sehingga memudahkan pelaku UMKM untuk membuat konten interaktif dan menarik untuk UMKM. Pemilihan *template* dan penggunaan narasi yang interaktif dan menarik di aplikasi Canva tersebut dapat membantu meningkatkan nilai dan keunggulan produk atau jasa yang dimiliki UMKM Paroki Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati. Kemudahan ini menjadikan pelaku UMKM Paroki Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati menikmati proses Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva. Pelaku UMKM tidak perlu lagi memikirkan desain konten dari nol. Aplikasi Canva menyediakan banyak kemudahan untuk pelaku UMKM dalam membuat konten promosi. Cukup memilih *template* yang tersedia pada aplikasi Canva kemudian memilih gambar atau foto produk yang tepat dan memasukkan narasi untuk promosi, membuat kegiatan promosi yang hendak dilakukan menjadi efisien.

Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva merupakan pelatihan lanjutan tentang digital marketing yang dilakukan pada bulan Juni - Agustus 2022. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva yang dilakukan ini berhasil memberikan edukasi dan inspirasi kepada pelaku UMKM di Paroki Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati tentang pembuatan konten promosi menggunakan aplikasi Canva dalam menyukseskan kegiatan pemasaran digital dan *branding* UMKM Paroki Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati. Sehingga pelaku UMKM dapat memasarkan produk atau jasanya melalui media sosial dengan lebih interaktif dan menarik. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva sangat terbatas dan hanya dilakukan dalam 14 hari. Sehingga untuk menghasilkan peningkatan kinerja pemasaran digital dan *branding* UMKM, terutama melalui media sosial, tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta melakukan pendampingan secara daring kurang lebih dalam satu bulan pasca pelatihan dan pendampingan dilakukan. Selanjutnya diharapkan tim PSE dari Paroki Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati juga melakukan pendampingan secara berkala terhadap mitra-mitra UMKM sehingga pelaku UMKM dapat tetap menggunakan aplikasi Canva sebagai media pembuatan konten promosi di media sosial dengan lebih optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih menjadi hal yang sangat penting atas kesuksesan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY). Ucapan terima kasih ditujukan kepada

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY) sebagai Lembaga yang memberikan ijin atas pelaksanaan kegiatan ini. Selain itu, ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Seksi Pengembangan Sosial Ekonomi (PSE) Gereja Katolik Santo Aloysius Gonzaga Mlati, Yogyakarta yang mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan ini. Sehingga harapan besar untuk kegiatan ini menjadi manfaat bagi pelaku UMKM dan masyarakat lainnya yang juga merupakan pelaku UMKM.

PUSTAKA

- Vizano, N., Saragih, L., Nandiwardhana, A., Apriadi, I., Yuniarinto, A., & Soelton, M. (2022). IS AN ORNAMENTAL PLANT BUSINESS RISKLESS. ICCD, 4(1), 221–225. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.468>
- Asih, D., Soelton, M., Tkhorikov, B., Ratnawati, K., Puspaningrum, A., & Ramli, Y. (2022). SUSTAINABLE PRODUCT: ENDLESS CAMPAIGN FOR A HEALTHY LIFE. ICCD, 4(1), 334–338. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.486>
- Tafiprios, T., Fajrin, N., Ali, A., & Soelton, M. (2022). COMMUNITY AWARENESS WITH ENVIRONMENTALLY FRIENDLY PACKAGING. ICCD, 4(1), 29–33. <https://doi.org/10.33068/iccd.v4i1.435>
- Sunarto, S. T., & Setiadi, P. B. (2023). UTILIZING CANVA APPLICATION TRAINING TO IMPROVE SKILLS AND PRODUCT SALES IN MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES (MSMES) EAST JAVA. *Ilomata International Journal of Management*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.55122/teratai.v4i1.735>
- Sudirjo, F., Nurdiani, T. W., Boari, Y., Kraugusteeliana, K., & Kurniawan, R. (2023). DIGITAL MARKETING AND SALES SUPPORT FOR HYDROPONIC MSME GROWTH THROUGH MOBILE BASED E-COMMERCE DESIGN. *Jurnal Ekonomi*, 12(3), 1750–1756. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/2668/2005>
- Al Maidah, F., Rizki, V. L., & Putri, N. L. I. 2023. BRANDING AND PACKAGING TRAINING TO IMPROVE PRODUCT PROMOTION AT MSMES IN MOJOSARI VILLAGE. *EMPOWERMENT SOCIETY*, 6(2), 66–76. <https://doi.org/10.30741/eps.v6i2.1089>
- Praja, S. J., Sudirjo, F., & Rijal, S. (2023). EXPLORING THE INFLUENCE: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA MARKETING IN THE DIGITAL ERA. *WEST SCIENCE INTERDISCIPLINARY STUDIES*, 1(06), 302–313. <https://doi.org/10.58812/wsis.v1i6.104>
- Khomariah, N. E., & Primandari, P. N. (2021). PELATIHAN DESAIN GRAFIS MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA UNTUK PELAKU USAHA TOKO IKAN" SUB AQUATIC" SEBAGAI STRATEGI DIGITAL MARKETING. *BERNAS:Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2,3, 795–801. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i3.3815>

- Choirina P., M. Rohman., Bella C.T., Pangestuti P.D., Alfi F., and Farid W. (2022). INCREASING MSMES MARKETING WITH GRAPHIC DESIGN TRAINING FOR YOUTH ORGANIZATIONS IN PLADI VILLAGE, WONOSARI DISTRICT, MALANG REGENCY. Raden Rahmat Islamic University. Malang, Indonesia Community Journal. Vol. 2. No. 1. Matter. 8-16.
<https://doi.org/10.33379/icom.v2i1.1195>
- Sherly, S., Halim, F., & Sudirman, A. (2020). THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN INCREASING MARKET SHARE OF MSME PRODUCTS IN PEMATANGSIANTAR CITY. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 9(2), 61-72.
<https://doi.org/10.34006/jmbi.v9i2.206>