

# Keputusan Penggunaan Aplikasi Canva Karena Kemanfaatan dan Kemudahan Bagi Wirausaha Baru Kota Depok

Fatimah<sup>1</sup>, Darna<sup>2\*</sup>, Elisabeth Y. Metekohy<sup>3</sup>, Yenny Nuraeni<sup>4</sup>, Aminah<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta, Indonesia

\*Corresponding Author: [darna@akuntansi.pnj.ac.id](mailto:darna@akuntansi.pnj.ac.id)

**Abstrak:** Pemasaran secara online oleh pelaku bisnis wirausaha baru dari UMKM kota Depok memiliki banyak kelebihan, salah satunya pangsa pasar menjadi lebih luas. Hanya saja dengan memasarkan secara online, persaingan menjadi semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan dibutuhkan promosi online yang menarik dan memberi kesan positif bagi calon konsumen. Pelatihan dan pendampingan pembuatan desain promosi online dengan aplikasi Canva merupakan salah satu solusi yang ditawarkan oleh tim pengabdian dari Politeknik Negeri Jakarta. Mitra pengabdian adalah ibu-ibu wirausaha baru dari UMKM Kota Depok yang berjumlah 34 orang peserta. Hasil survey terhadap peserta dengan menggunakan korelasi Spearman diperoleh hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi manfaat dan kemudahan terhadap keputusan menggunakan Aplikasi Canva dalam mendesain promosi secara online. Persepsi peserta yang positif terhadap aplikasi Canva tercermin dari antusiasme dan motivasi mereka untuk membuat desain terbaik. Kemudahannya terlihat dari partisipasi peserta yang seluruhnya mempraktekkan apa yang dijelaskan oleh tim pengabdian. Selanjutnya tim pengabdian memberikan apresiasi kepada UMKM Pregnansia dan UMKM Dapur Bunda yang mampu menghasilkan desain terbaik yaitu yang memiliki kesesuaian antara desain huruf, penggunaan warna dengan produk yang dihasilkan oleh UMKM. Untuk lebih meningkatkan skill pelaku usaha, program pelatihan dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan. Pada akhirnya tim pengabdian berharap, mitra terus menerus meningkatkan kemampuan desain promosi produk mereka secara mandiri, sehingga tidak tergantung lagi kepada pihak luar.

**Kata Kunci:** aplikasi Canva, desain promosi online, UMKM Depok, wirausaha baru

**Abstract:** Online marketing by new entrepreneurial business actors from UMKM in the city of Depok has many advantages, one of them is a wider market share. It's just that by marketing online, the competition is getting tougher. To win the competition, online promotions are needed that are attractive and give a positive impression to potential customers. Training and assistance in making online promotional designs with the Canva application is one of the solutions offered by the service team from the Jakarta State Polytechnic. The dedication partners are new entrepreneurs from UMKM in Depok City, totaling 34 participants. The survey results of participants using Spearman's correlation obtained a positive and significant relationship between perceived benefits and ease of decision to use the Canva application in designing online promotions. Participants' positive perception of the Canva application was reflected in their enthusiasm and motivation to create the best designs. The ease can be seen from the participation of participants who all practice what the service team explains. Furthermore, the service team gave appreciation to the Pregnansia UMKM and the Bunda Kitchen UMKM for being able to produce the best designs, namely those that had compatibility between the letter design, the use of color, and the products produced by UMKM. To further improve the skills of business actors, the training program is continued with mentoring activities. In the end, the service team hopes that partners will continue to improve their product promotion design capabilities independently so that they are no longer dependent on outsiders.

**Keywords:** consist of Canva application, online promotion design, Depok SMEs, new entrepreneurs

**Informasi Artikel:** Pengajian 7 Agustus 2023 | Revisi 10 Mei 2024 | Diterima 26 Mei 2024

**How to Cite:** Fatimah, Darna, D., Y. Metekohy, E., Nuraeni, Y., & Aminah. (2024). Keputusan Penggunaan Aplikasi Canva Karena Kemanfaatan dan Kemudahan Bagi Wirausaha Baru Kota Depok. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 10(1), 14–21.

## Pendahuluan

Sebagai negara dengan jumlah penduduk yang sangat besar yaitu 270 juta (BPS, 2020), Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial untuk barang-barang konsumsi. Dibutuhkan banyak pelaku bisnis lokal untuk mengisi peluang pasar tersebut. Program Wirausaha Baru yang menjadi program unggulan pemerintah diharapkan mampu memunculkan wirausaha baru, yang akan mengisi kebutuhan pasar dalam negeri bahkan pasar ekspor. Program ini diciptakan untuk mengatasi pengangguran, meningkatkan penerimaan pajak negara, menciptakan masyarakat yang mandiri serta meningkatkan daya saing bangsa. Menurut Yudistira (2022) program

wirausaha Baru yang diterapkan di Kabupaten Bandung Barat mampu mengurangi pengangguran sebesar 20% melalui pelatihan dan pendampingan budi daya lele. Sedangkan Mulyana dkk (2018) mengatakan untuk mengatasi pengangguran di Kabupaten Kuningan Jawa Barat, dilakukan dengan mendampingi kelompok mitra untuk mengembangkan produk yang sudah ada. Kreatifitas dan inovasi produk ternyata mampu memperluas pasar sehingga perusahaan mikro yang didampingi lebih berkembang dan mampu menambah tenaga kerja. Sementara Wirahayu (2021) melakukan hal yang berbeda untuk mengatasi tingginya tingkat pengangguran di Blitar. Tim pengabdian mendampingi wirausaha baru dengan kreatifitas dan inovasi dalam bentuk menambah value produk primer yang dihasilkan masyarakat. Pengolahan produk primer menjadi barang jadi membuat nilai jual meningkat dan memungkinkan Wirausaha Baru menambah tenaga kerja yang digunakan.

Program yang sama juga diadopsi oleh Pemerintah Kota Depok dengan nama Program Penciptaan 5 Ribu Wirausaha Baru. Depok merupakan kota penyangga ibukota Jakarta, memiliki 11 kecamatan yaitu Beji, Bojong Sari, Cilodong, Cimanggis, Cinere, Cipayung, Limo, Pancoran Mas, Sawangan, Sukma Jaya dan Tapos. Program ini dimulai pada tahun 2022 dan kembali dibuka pada tahun 2023. Kuota peserta Wirausaha Baru sebanyak 1750 WB (Wirausaha Baru) dan 350 Perempuan Pengusaha (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Depok, 2023). Syarat untuk menjadi peserta pelatihan Wirausaha Baru adalah KTP Depok, usia antara 17 tahun sampai 54 tahun, bukan ASN/TNI/Polri, memiliki nomor induk usaha, telah memiliki usaha paling tidak 1 tahun.

Untuk keberhasilan Program ini, pelatihan Wirausaha Baru dilengkapi dengan pendampingan, dan pendamping yang ditunjuk oleh Pemda Depok adalah pelaku bisnis atau pemilik UMKM sukses, yang memiliki usaha stabil dan berkembang baik. Wawancara yang Pengabdian lakukan terhadap salah satu pendamping wirausaha baru, dikatakan bahwa memasarkan produk baru bukanlah hal yang mudah. Persaingan sangat ketat, baik sesama produk UMKM Depok maupun dengan produk UMKM dari luar Depok termasuk persaingan dengan usaha besar yang sudah memiliki pangsa pasar tersendiri. Produk yang dihasilkan oleh Wirausaha Baru sebagian besar adalah kuliner dan fashion. Untuk memasarkan produk baru tersebut, dilakukan dua cara yaitu pemasaran secara langsung dan pemasaran online melalui media sosial seperti face book, WhatsApp, instagram maupun lewat marketplace seperti Tokopedia dan Shopee.

Pemasaran langsung dan pemasaran secara online yang mereka sudah dilakukan selama ini belum menghasilkan keuntungan maksimal. Pemasaran secara langsung hanya terbatas pada lingkungan sekitar tempat tinggal pelaku bisnis. Gerai/ toko tempat memasarkan produk adalah tempat tinggal dari pelaku bisnis. Hal ini dilakukan karena belum mampu menyewa tempat strategis dengan biaya sewa yang cukup mahal.

Keberhasilan bisnis berkaitan erat dengan strategi pemasaran yang digunakan. Strategi pemasaran merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis. Kebutuhan dan keinginan pasar adalah hal utama yang wajib diketahui oleh pelaku bisnis. Mempelajari karakteristik calon konsumen dan apa yang sedang digemari pasar dapat dilakukan melalui riset pasar yang pada akhirnya pelaku bisnis dapat menentukan produk apa yang dijual dan cara menjualnya. Hal lain yang juga harus diketahui adalah kondisi produk pesaing. Kekuatan dan kelemahan produk pesaing akan membantu pelaku bisnis menentukan strategi pemasaran yang tepat. Untuk menarik perhatian calon konsumen, ciptakan brand yang unik dan berbeda dengan pesaing. Pentingnya strategi pemasaran, baik strategi promosi maupun kemasan produk dikatakan oleh beberapa penelitian. Menurut Sarjono (2015) Strategi produk, strategi harga dan strategi promosi yang tepat mampu meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk baru tersebut. Sedangkan Puspasari (2017) menekankan strategi pemasaran produk baru terletak pada kemasan. Kemasan merupakan atribut yang paling penting bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Selain itu strategi penguatan kerja sama atau kemitraan bisnis merupakan strategi alternatif yang menjadi prioritas dalam pemasaran. Sari (2018) mengatakan tingkat bertahannya suatu produk baru sangat singkat. Hal ini karena belum memiliki konsumen yang loyal. Strategi produk dan promosi yang dilakukan oleh wirausaha baru membuat tingginya tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen, sehingga produk yang dijual mampu bertahan di pasar.

Berdasarkan penelitian tersebut, terdapat dua hal penting yang mendukung pemasaran terutama pemasaran produk baru yaitu kemasan dan strategi promosi yang menarik perhatian calon konsumen. Kedua hal ini dibutuhkan pada pemasaran langsung maupun pemasaran digital atau online.

Pemasaran secara online membutuhkan kreatifitas yang tinggi untuk menarik perhatian calon konsumen. Strategi pemasaran online yang tepat, dapat digunakan untuk melawan kekuatan usaha besar yang menguasai pasar. Promosi secara online jauh lebih murah serta mampu mencapai pasar yang lebih luas. Manfaat lain yang diperoleh adalah kesempatan mendapatkan posisi yang setara dengan pesaing besar. Menurut Gartner's Digital Marketing Spend Report (2021) dikatakan pemasaran secara online mampu menghemat biaya hingga 40%. Selain itu, survey ini juga membuktikan bahwa 28% pengusaha kecil/UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) berpindah ke digital karena terbukti lebih efektif menaikkan penjualan.

Promosi online yang dilakukan oleh wirausaha baru selama ini adalah diskon pada hari-hari khusus, bebas ongkos kirim, bonus merchandise, poin belanja yang dapat ditukar hadiah pada pembelian berikutnya maupun garansi produk. Banyak manfaat yang didapat dari promosi ini seperti biaya lebih murah, dapat menjangkau

konsumen yang lebih luas. Hanya saja pelaku bisnis belum memiliki kemampuan/skill terbaik untuk menyajikan bentuk-bentuk promosi seperti poster ataupun konten. Tim pengabdian dari Politeknik Negeri Jakarta membantu mengatasi dengan memberikan pelatihan dan pendampingan membuat desain promosi online dalam bentuk poster dan katalog produk menggunakan aplikasi Canva.

Canva merupakan sebuah tools desain grafis yang dirancang untuk membantu penggunaannya membuat berbagai desain keren dan kreatif. Aplikasi ini mampu menyediakan lebih dari delapan ribu template. Canva semakin disukai karena memiliki kemudahan dalam pengaplikasiannya dan yang menjadi daya tarik tersendiri dari Canva juga adalah memiliki banyak manfaat. Beberapa manfaat dari Canva adalah: 1. Membantu membuat logo, poster, desain kemasan, hingga promo diskon produk. 2. Mendesain Thumbnail YouTube atau kilasan video YouTube. 3. Membuat video pembelajaran. 4. Slide Presentasi dan menyunting desain.

Canva sangat membantu UMKM dalam membuat desain promosi produk. Menggunakan aplikasi ini membuat pelaku bisnis khususnya UMKM dapat mendesain sendiri bentuk promosi yang sesuai dengan target pasar. Hal yang paling menguntungkan, Canva menyediakan banyak template tanpa perlu membayar, sehingga dapat mengurangi biaya menyewa jasa desainer profesional yang terbilang mahal. Selain itu beberapa kelebihan dari Canva adalah: 1) Dapat membantu membuat video iklan. Canva memiliki banyak elemen desain untuk pembuatan video promosi. Penyajian video iklan yang tepat sasaran mampu menarik perhatian calon konsumen yang dituju. Dengan memanfaatkan template video iklan yang sudah tersedia pada aplikasi canva, maka semua kesulitan pembuatan video promosi akan teratasi; 2) Canva membantu pembuatan konten setiap hari. Canva menyediakan berbagai template yang dapat digunakan untuk membuat logo perusahaan, konten microblog untuk Instagram, ataupun membuat poster produk; 3) Membuat thumbnail YouTube menjadi semakin mudah. Channel YouTube sangat membantu memperkenalkan produk kepada calon konsumen. Canva dapat mewujudkan konten menarik sehingga mendapatkan perhatian besar dari pasar.

Pentingnya Canva juga dikatakan oleh Pelangi (2020), ia menyatakan bahwa aplikasi Canva memiliki kelebihan, yakni sebagai berikut: (1) tersedia desain menarik yang beragam; (2) meningkatkan kreativitas baik guru atau pun peserta didik dalam membuat media pembelajaran dengan memanfaatkan beragam fitur yang tersedia; (3) hemat waktu serta praktis dalam mendesain media pembelajaran; (4) kegiatan mendesain dapat dilakukan dengan menggunakan laptop atau gawai. Menurut Sholeh (2020) persoalan yang sering dialami pelaku usaha dalam menggunakan media sosial adalah membuat konten yang menarik dan mudah. Upaya untuk memberikan cara membuat konten yang mudah dan menarik adalah dengan menggunakan aplikasi yang menawarkan template-template. Salah satu aplikasi yang bisa digunakan adalah dengan menggunakan Canva. Dengan Canva, pelaku usaha dapat membuat konten dengan pilihan template yang sudah tersedia, membuat logo, poster, info grafis, newsletter, featured image blog, invoice, thumbnail YouTube serta desain kemasan. Pendampingan yang dilakukan terhadap UMKM, membuat peserta mempunyai gambaran penggunaan Canva. Menurut Imron (2020) Design dan inovasi yang memberikan gambaran serta informasi usaha dan produk memiliki peranan penting dalam mempromosikan produk. Pembuatan design, foto hingga brosur elektronik akan memberikan nilai tambah bagi UMKM tersebut untuk menjadi pembeda dengan UMKM pesaing. Salah satu pembuatan media promosi ini dapat dilakukan dengan Canva. Canva merupakan aplikasi perangkat lunak yang dapat membantu pelaku UMKM dalam membuat perancangan design poster, katalog dan desain promosi tanpa membutuhkan usaha yang keras dan waktu yang lama.

Berdasarkan penyelesaian permasalahan yang dilakukan pada program pengabdian masyarakat ini, maka pertanyaan yang diajukan kepada peserta pelatihan adalah "Bagaimanakah peran persepsi manfaat dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Canva?"

## Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap tersebut meliputi perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Tahap perencanaan dimulai dengan menyeleksi wirausaha baru di Kota Depok. Hasil diskusi tim pengabdian dengan pendamping Wirausaha Baru, ditetapkan jumlah peserta sebanyak 34 wirausaha baru dari kecamatan Sawangan dan Cipayung. Dipilihnya kedua kecamatan ini, karena kedekatan historis semata. Syarat untuk menjadi peserta pelatihan dan pendampingan aplikasi Canva adalah memiliki komitmen untuk mengikuti kegiatan sejak awal pelatihan hingga proses pendampingan. Syarat lain wirausaha baru sudah menerapkan pemasaran secara online. Pada tahap ini, tim Pengabdian mempersiapkan kuesioner untuk mengukur persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Canva. Untuk mengukur seberapa besar hubungan antara persepsi manfaat aplikasi Canva dan persepsi kemudahan menggunakan aplikasi canva terhadap keputusan menggunakan aplikasi Canva, penulis menggunakan uji korelasi Spearman. Korelasi Spearman ini memiliki nilai antara nilai -1 sampai dengan 1. Semakin mendekati 1 maka korelasi semakin kuat sedangkan semakin mendekati nol maka korelasi antara dua variabel semakin rendah. Sedangkan tanda koefisien korelasi menunjukkan arah

hubungan. Tanda negatif (-) menunjukkan hubungan yang berkebalikan. Tanda (+) menunjukkan hubungan yang searah. Berkebalikan artinya semakin meningkat nilai suatu variabel maka variabel lainnya semakin menurun.

Pada tahap pelaksanaan, pelatihan pembuatan desain promosi digital dan kemasan dilakukan pada minggu ke 2 bulan Juli 2023. Pendampingan dilakukan pada minggu ke 3 dan ke 4 di bulan yang sama. Tujuan pendampingan agar wirausaha baru termotivasi meningkatkan skill pembuatan desain promosi dan logo pada kemasan. Pelatihan penggunaan aplikasi Canva dilaksanakan dengan melibatkan praktisi dan mahasiswa dari Jurusan Teknik Grafika, sehingga tidak hanya sekedar teori tetapi lebih pada praktik membuat desain promosi dan desain kemasan produk. Untuk lebih meningkatkan motivasi peserta, tim pengabdian menyediakan apresiasi berupa hadiah bagi peserta yang berhasil membuat desain terbaik.

Tahap evaluasi terhadap program pengabdian masyarakat merupakan bentuk mengukur dan menganalisis persepsi peserta terhadap manfaat dari aplikasi Canva dan persepsi kemudahan penggunaannya. Di samping itu juga tim pengabdian melakukan evaluasi masing-masing desain peserta, kelebihan dan kekurangannya sehingga seluruh peserta puas terhadap desain yang diciptakannya.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil pengukuran persepsi manfaat dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Canva ditunjukkan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Korelasi Spearman variabel persepsi terhadap variabel keputusan menggunakan Aplikasi Canva

Correlations					
			X1	X2	Y
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.434*	.602**
		Sig. (2-tailed)	.	.010	.000
		N	34	34	34
	X2	Correlation Coefficient	.434*	1.000	.701**
		Sig. (2-tailed)	.010	.	.000
		N	34	34	34
	Y	Correlation Coefficient	.602**	.701**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
		N	34	34	34

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hipotesis	Jalur	Koefisien	Sig (< 0,05)	Kriteria Tingkat Kekuatan Korelasi	Kesimpulan
H1	X1 → Y	0,602	0,000	Hubungan Kuat	Signifikan (Berkorelasi)
H2	X2 → Y	0,701	0,000	Hubungan Kuat	Signifikan (Berkorelasi)

Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi manfaat dari aplikasi Canva terhadap keputusan penggunaan aplikasi Canva. Hal yang sama terjadi pada persepsi kemudahan dalam penggunaan aplikasi Canva, yang juga menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan aplikasi Canva pada bisnis UMKM yang dikelola. Hasil ini diperkuat oleh penelitian dari Rahmawati dkk (2020) yang mengatakan bahwa persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan e-wallet. Penelitian lainnya dari Nurzanita dkk (2020) mengatakan hal yang sama yaitu persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan aplikasi go pay, penelitian ini menggunakan variabel kepercayaan sebagai intervening yang menunjukkan variabel tersebut sebagai mediasi penuh. Hasil penelitian lainnya oleh Husen dkk (2021) yang mengatakan persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian aplikasi dompet digital OVO.

Penelitian lain dari Hutami dkk (2021) yang mengatakan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa UPI Y.A.I. Jakarta. Sedangkan I'thisom dkk (2020) mengatakan bahwa, persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap sikap, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap, persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap sikap, persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dan sikap berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa GoJek.

Persepsi terhadap sesuatu akan muncul ketika melihat sebuah fenomena yang ada di lingkungan. Persepsi akan mempengaruhi sikap seseorang terhadap fenomena tersebut. Jika persepsi positif maka akan menerima fenomena yang terjadi dan sebaliknya jika persepsi negatif maka sikap yang ditunjukkan adalah menolak fenomena tersebut (Listyana, 2015). Melakukan pengukuran persepsi sangat penting untuk memprediksi keberhasilan program pengabdian masyarakat. Ketika peserta pelatihan memiliki persepsi yang positif terhadap manfaat dan kemudahan dari aplikasi Canva, maka dapat diprediksi pelaku bisnis wirausaha baru akan menggunakan aplikasi Canva untuk mendesain promosi dan logo kemasan produknya. Persepsi positif peserta terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan aplikasi Canva, tercermin dari semangat tinggi yang ditunjukkan oleh peserta pelatihan. Semangat peserta terlihat pada saat praktek membuat desain katalog dan poster masing-masing UMKM. Untuk efektifitas pelatihan, maka peserta dibagi menjadi 4 kelompok dan masing-masing kelompok didampingi 1 orang mahasiswa. Dengan didampingi mahasiswa maka peserta tidak mengalami kendala yang berarti. Motivasi peserta semakin meningkat, karena tim pengabdian memberikan apresiasi untuk peserta yang menghasilkan desain katalog dan poster terbaik. Terpilih UMKM Pregnansia dan UMKM Dapur Bunda sebagai desain terbaik menurut tim pengabdian. Kedua desain tersebut sudah memenuhi kesesuaian antara desain huruf dan warna dengan jenis produk yang dipromosikan. Desain tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Desain poster terbaik dari UMKM Pregnansia dan UMKM Dapur Bunda

UMKM Pregnansia adalah UMKM yang bergerak pada bisnis pijat bayi. Konsumen yang disasar adalah ibu muda yang punya pemikiran bahwa bayi membutuhkan pijatan khusus agar bayi merasa rileks dan nyaman. Dipercaya bahwa apabila bayi nyaman dan rileks maka tumbuh kembangnya menjadi lebih baik. Poster ini dinilai sebagai poster terbaik, karena komponen-komponen yang dibutuhkan untuk informasi kepada konsumen sudah lengkap. Terdapat foto bayi yang tertidur lelap dan foto jemari terafis dianggap sudah bersifat informatif. Warna pink yang dominan menunjukkan kelembutan dan feminim. Sedangkan UMKM kedua yang juga dinilai terbaik adalah UMKM Dapur Bunda. UMKM ini bergerak dalam bisnis kuliner. Warna cerah dianggap menstimuli perasaan konsumen menjadi lapar dan ingin membeli produk yang dijual. Foto-foto kuliner juga dinilai informatif dan menarik perhatian calon konsumen. Katalog dan poster dari peserta lain juga sudah dalam katagori baik, hanya saja tim pengabdian memberikan penghargaan dan apresiasi terhadap 2 poster ini sebagai bentuk motivasi yang diharapkan memicu semangat peserta lain.

Untuk lebih meyakinkan bahwa aplikasi ini memang diterapkan dalam bisnis peserta pelatihan, tim pengabdian melanjutkan program pelatihan dengan program pendampingan. Program pendampingan bersifat lebih informal yaitu dengan mendatangi beberapa UMKM usaha baru secara acak. Salah satu UMKM yang didatangi oleh pengabdian adalah UMKM Rasa Dewa, yang memproduksi makanan khas Depok seperti jus belimbing, sirup belimbing, dodol belimbing dan nastar selai belimbing. UMKM Rasa Dewa selama ini sangat tergantung kepada pihak lain dalam membuat desain promosi dan logo pada kemasannya. Pelatihan Canva yang diikuti membuat UMKM ini percaya diri untuk mendesain sendiri. Contoh desain poster yang dibuat dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2.** UMKM Rasa Dewa yang memproduksi makanan khas Depok

UMKM Rasa Dewa memproduksi makanan dengan bahan utama adalah buah belimbing. Belimbing merupakan buah khas kota Depok. Warna belimbing yang dominan kuning diaplikasikan dalam warna poster yang dibuat oleh pemilik UMKM Rasa Dewa. Pada poster ini, pemilik hanya ingin menonjolkan jus belimbing, sehingga poster yang dibuat menampilkan foto jus belimbing saja. Jus belimbing merupakan *best seller* pada UMKM Rasa Dewa. Pemilik UMKM berencana memperkenalkan produk terbarunya yaitu nastar selai belimbing. Saat ini pemilik UMKM sedang merancang poster terbaik untuk produk lainnya baik nastar selai belimbing maupun dodol belimbing. Tim pengabdian mendampingi hingga minggu ke 4 di bulan juli 2023.

Terbentuknya persepsi adalah ketika seorang manusia melihat sebuah target dan berusaha untuk menginterpretasikan apa yang dilihatnya. Sedangkan interpretasi itu sangat dipengaruhi oleh berbagai karakteristik pribadi dari pembuat persepsi tersebut. Faktor yang mempengaruhi antara lain adalah sikap, kepribadian, motif, minat, pengalaman masa lalu dan harapan-harapan seseorang (Robbins, 2008). Dari pengertian ini maka karakteristik seorang pelaku usaha sangat penting dalam membentuk persepsi yang positif, sehingga dapat mempertahankan dan mengembangkan bisnis yang dijalankan. Karakteristik wirausahawan yang kuat akan membantu seorang wirausahawan untuk tetap bertahan menghadapi persaingan bisnis yang sangat ketat. Karakter wirausahawan yang kuat dan positif sangat berguna untuk memimpin sebuah bisnis besar maupun skala UMKM. Penelitian dari Indarto (2020) mengatakan karakteristik wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap kesuksesan usaha UMKM.

Menurut Tysara (2021) karakter wirausaha yang sukses adalah: (1) selalu berpikir positif, terutama ketika mengambil keputusan dan langkah yang akan dilakukan. Wirausahawan harus memiliki rasa optimis sehingga terus maju dan berkembang. Menjauhi sifat dan karakter takut gagal. (2) Orientasi pada hasil, wirausahawan harus dapat mengatasi semua rintangan seperti rasa malas dan mudah menyerah. (3) Percaya diri, sikap percaya diri akan membuat seorang wirausahawan menjadi lebih yakin dengan pekerjaan yang dilakukan. (4) Berani menghadapi resiko, seorang wirausahawan akan menghadapi banyak resiko seperti kerugian, kegagalan, penipuan dan banyak resiko lain yang dapat menghambat kemajuan usahanya. (5) Kreatif dan inovatif, yaitu kemampuan menciptakan gagasan dan menemukan cara baru dalam melihat peluang yang ada. Wirausahawan yang sukses dapat menghasilkan solusi baru untuk setiap masalah yang dihadapi dan mampu berpikir out of the box. (6) Mampu bertahan di masa sulit, wirausahawan yang berkarakter positif akan pantang menyerah menghadapi masa sulit. (7) Mandiri, wirausahawan yang sukses tidak tergantung pada orang lain dan tidak ragu untuk mengambil tanggung jawab. (8) Bisa dipercaya, mampu memegang kepercayaan yang diberikan orang lain. (9) Orientasi masa depan, wirausahawan yang sukses selalu memiliki perencanaan untuk membangun dan mengembangkan usahanya.

UMKM wirausaha baru kota Depok memiliki potensi besar untuk berkembang dan naik kelas. Beberapa produk khas Depok seperti jus belimbing, sirup belimbing dan nastar selai belimbing sudah mulai dikenal masyarakat Depok dan sekitarnya. Sebagai oleh-oleh khas Depok, produk ini cukup dikenal. Hal ini terlihat dari datangnya wisatawan domestik ke gerai pemilik UMKM yang digunakan juga untuk dapur produksi di daerah Pasir Putih Sawangan. Pemasaran online melalui media sosial Instagram, TikTok, WhatsApp serta Tokopedia dan Shopee diharapkan membuka peluang untuk dikenal oleh pasar di luar Kota Depok. Desain promosi online yang menarik akan membuat calon konsumen tertarik untuk membeli sehingga program Pemda Depok untuk mencetak lima ribu wirausaha baru berhasil meningkatkan taraf hidup warga Depok.

## Simpulan

Pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi Canva yang merupakan Program Pengabdian kepada Masyarakat oleh tim pengabdian Jurusan Akuntansi PNJ telah dilaksanakan dengan penerimaan yang baik. Mitra adalah UMKM Depok yang merupakan wirausaha baru yang sudah memasarkan produknya secara online. Bentuk pelatihan dan pendampingannya adalah peningkatan keterampilan membuat desain promosi online menggunakan aplikasi Canva. Hasil yang positif dari kegiatan ini dapat dilihat dari hasil survey kepada peserta yang menggambarkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi manfaat dan kemudahan aplikasi Canva terhadap keputusan menggunakan Canva untuk membuat desain promosi online mereka. Hasil kegiatan yang positif juga tercermin dari antusiasme dan semangat mereka untuk menghasilkan desain terbaik. Akhirnya UMKM Pregnansia dan UMKM Dapur Bunda mampu menghasilkan desain yang dinilai terbaik oleh tim pengabdian. Desain terbaik ini dinilai sudah memiliki kesesuaian antara pemilihan huruf dan warna dengan jenis produk yang dipromosikan. Selanjutnya pelatihan dilakukan dalam bentuk pendampingan langsung ke UMKM yang dipilih secara random untuk diberikan masukan dan saran perbaikan terhadap desain promosi yang sudah mereka buat.

## Ucapan Terima Kasih

Disarankan kepada UMKM pelaku usaha baru untuk terus meningkatkan kemampuan dalam membuat desain promosi online baik membuat katalog maupun poster. Dengan membuat desain secara mandiri selain dapat meningkatkan kepuasan karena sesuai dengan keinginan pelaku usaha, juga mengurangi ketergantungan terhadap pihak luar yang selama ini dibayar untuk membuat desain promosi online mereka.

## Referensi

- Gartner.com. (2021). All industries saw marketing budgets cut in 2021, but some more than others, <https://www.gartner.com/en/marketing/insights/articles/all-industries-saw-marketing-budgets-cut-in-2021>
- Pelangi, G. (2020). Pemanfaatan aplikasi Canva Sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia. *Jurnal Sasindo Unpam*, 8(2), 79–96.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4 (1). 1-9.
- Husein, Y., Isyanto, P. & Romli, A. D. (2021). Pengaruh promosi dan persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian aplikasi dompet digital OVO. *Journal Of Management Student (JFMS)*, 1(1), 1-9.
- Imron, I., Ong, D., Andriansah, A. (2022), Analisa Pengaruh iklan dari aplikasi design Canva dalam meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Teknologi Informasi*, 17(2), 1-10.
- I'thisom, M. F., Martini, S., & Novandari, W. ( 2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi harga terhadap sikap serta keputusan konsumen untuk menggunakan GO-PAY, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 22(4), 514-532.
- Indarto, I. & Santoso, D. (2020). Karakteristik wirausaha, karakteristik usaha dan lingkungan usaha penentu kesuksesan usaha mikro kecil dan menengah, *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 13(1), 54-69.
- Listyana, R. & Hartono, Y. (2015). Persepsi dan sikap masyarakat terhadap penanggalan Jawa dalam penentuan waktu pernikahan. *Jurnal Sejarah dan Pembelajarannya*, 5(1), 118-138.
- Mulyana, N. & Ishartono, I. (2018). Pelatihan wirausaha bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) di Desa Sakerta Barat dan Sakerta Timur Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1).
- Nurzanita, R., Marlina, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan Gopay di Surabaya dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. *Akuntabel Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 17(2), 277-288.
- Puspasari, E. D., Sarma, M., & Najib, M. (2017). Preferensi konsumen dan strategi pemasaran produk puree bayam organik, Studi kasus CV Addin Bogor. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 27(2).

- Robbins, S. P. (2008). Perilaku organisasi (alih bahasa Drs. Benjamin Molan), Edisi Bahasa Indonesia, PT Intan Sejati, Klaten.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK Journal of Economic and Banking*, 2(2), 157-168.
- Sarjono, B. (2015). Strategi pemasaran produk baru. *Jurnal RBITH Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa dan Sosial*, 11(3).
- Sholeh, M., Rachmawati, Rr. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya mempromosikan hasil produk UKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430-436.
- Sari, I. P., Anindita, R. & Setyowati, P. B. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi) terhadap kepuasan pelanggan berubah menjadi loyalitas pelanggan pada coldplay Juice Soji. *Jurnal Habitat*, 29(2), 57-64.
- Tysara. (2021). 14 Ciri-ciri seorang wirausahawan yang sukses, menghargai kegagalan, <https://www.liputan6.com/hot/read/4692570/14-ciri-ciri-seorang-wirausahawan-yang-sukses-menghargai-kegagalan>, diakses 25 Juli 2023.
- Wirahayu, Y. A. & Insani. N. (2021). Pelatihan dan pendampingan wirausaha bagi pemuda di Kecamatan Wododadi Kab. Blitar. *Jurnal Praksis dan Dedikasi Sosial (JPDS)*, 4(2), 49-54.
- Yudistira, Y., & Rusyandi, D. (2022). Wirausaha baru budidaya lele bagi pemuda pengangguran di era pandemic Covid-19. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 4(1), 871-877.