

PEMBERDAYAAN UMKM DESA LUWUK MELALUI EDUKASI DIGITALISASI DENGAN PEMANFAATAN APLIKASI CANVA, CAPCUT, DAN PLATFORM ONLINE

Rosdiana¹, Nafiz Annas², Ira Safira³, Latifah Tussarfyah⁴, Selfyana Zulianti Arifin⁵,
Sugita Ferdianti⁶

rose@politeknikpgribanten.ac.id¹, nafiz@politeknikpgribanten.ac.id², irasafira2425@gmail.com³,
latifattussarfyah@gmail.com⁴, selfyanazt23@gmail.com⁵, galfian937@gmail.com⁶

Politeknik PGRI Banten

ABSTRAK

Dalam Program Seminar “Desa Luwuk Berkembang : Pemberdayaan UMKM Berbasis Edukasi Digital dan Lokal”. Program ini bertujuan untuk mendorong Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui edukasi digitalisasi, sosialisasi dan pendampingan. Kegiatan yang dilakukan termasuk membuat akun bisnis di berbagai platform online seperti Shopee, Instagram, Tiktok, Tiktok Shop, Whatsapp Business, membuat website sederhana dengan Canva, membuat logo bisnis, dan membuat dokumentasi produk, serta pengenalan tentang penggunaan aplikasi Canva sebagai desain grafis dan aplikasi CapCut untuk pembuatan konten video promosi. Diharapkan bahwa program ini akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas UMKM di Desa Luwuk dalam berbagai hal terkait teknologi. Dan juga akan menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing usaha di era teknologi.

Kata Kunci: UMKM, Pemberdayaan, Digitalisasi, Aplikasi Kreatif, Platform Online.

ABSTRACT

In the Seminar Program “Luwuk Village Develops : Empowering MSMEs Based on Digital and Local Education”. This program aims to encourage Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through digitalization education, socialization and mentoring. Activities carried out include creating business accounts on various online platforms such as Shopee, Instagram, Tiktok, Tiktok Shop, WhatsApp Business, creating a simple website with Canva, creating a Business Logo, and creating product documentation, as well as an introduction to the use of the Canva application as a graphic design and the CapCut application for creating promotional video content. It is hoped that this program will have a positive impact on increasing the capacity of MSMEs in Luwuk Village in various matters related to technology. And will also be a strategic step to increase business competitiveness in the technological era.

Keywords: MSMEs, Empowerment, Digitalization, Creative Application, Online Platform.

1. PENDAHULUAN

Salah satu hambatan utama yang dihadapi oleh UMKM saat ini adalah kurangnya kemampuan dalam literasi digital. Banyak pengusaha masih belum terbiasa menggunakan aplikasi maupun platform digital untuk mengelola bisnis mereka, baik untuk promosi, manajemen penjualan, maupun interaksi dengan pelanggan. Situasi ini menyebabkan banyak UMKM masih banyak menggunakan metode tradisional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut, sehingga jangkauan pasar mereka menjadi terbatas. Kurangnya pemahaman mengenai teknologi digital juga berdampak pada lemahnya merek, rendahnya daya saing, dan perlambatan UMKM dalam menyesuaikan diri dengan tren perdagangan modern yang semakin beralih ke dunia online. (Hapiz, M., et.al., 2025).

Media sosial kini telah berubah menjadi salah satu alat pemasaran yang sangat penting untuk usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Situs seperti Instagram, Tiktok, Facebook, dan WhatsApp Business memberikan kesempatan bagi para

pelaku bisnis untuk menjangkau pasar tanpa batasan lokasi, mencakup konsumen dari tingkat lokal hingga skala nasional dan bahkan internasional. (Suarsa, S.H. et.al., 2025). Melalui platform ini, UMKM tidak hanya bisa memasarkan produk dengan anggaran yang lebih terjangkau tetapi juga dapat membangun hubungan langsung dengan pelanggan, meningkatkan citra merek, serta menciptakan loyalitas melalui komunikasi yang cepat, pribadi, dan interaktif. Dengan penggunaan strategi yang sesuai, media sosial dapat mengubah metode promosi konvensional yang terbatas menjadi kesempatan pemasaran yang lebih luas, efisien, dan berkelanjutan. (Putri, E.S., et.al., 2025)

Dengan adanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat membantu perekonomian masyarakat, terutama di wilayah pedesaan. UMKM tidak hanya menawarkan peluang usaha dan lapangan kerja, tetapi juga memainkan peran penting dalam menggerakkan ekonomi lokal. (Kiswandi, F.R.P., et.al., 2023).

Di Desa Luwuk, Kecamatan Gunungsari, Kabupaten Serang, Banten. Sebagian besar penduduk masih bergantung pada usaha kecil seperti warung makan, penjualan makanan ringan, dan perdagangan kebutuhan sehari-hari. Adapun yang sudah memiliki produk UMKM yang terbilang bisa untuk dipublikasikan, namun terkendala dalam metode promosi dan pemasaran di tengah perkembangan era digital saat ini.

Sedangkan, kemajuan teknologi digital membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar dan menjadi lebih kompetitif. Aplikasi "Canva" membantu pelaku bisnis untuk membuat desain iklan yang menarik. Sementara, "CapCut" membantu membuat video yang kreatif dan mengikuti tren media sosial. Selain itu, penggunaan "Platform Online" seperti Shopee, Tiktok Shop, Instagram, WhantsApp Business, Website sederhana lainnya yang dapat menjadi metode pemasaran yang efektif, mudah dijangkau, dan murah (Purwati, P.D., et.al., 2023).

Dengan mempertimbangkan masalah ini, mahasiswa yang mengikuti program "Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T)" di Desa Luwuk berusaha untuk memberikan kontribusi nyata melalui program "Edukasi Digitalisasi UMKM" metode yang digunakan mencakup komunikasi dan pelatihan, termasuk pembuatan akun bisnis online, perancangan logo, pembuatan website sederhana menggunakan Canva, fotografi produk, dan intruksi pembuatan konten promosi menggunakan Capcut dan Canva. Diharapkan melalui program ini, UMKM Desa Luwuk dapat meningkatkan kemampuan digital mereka, mengelola promosi secara mandiri, dan menjadi lebih siap untuk bersaing di pasar digital secara berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan KKN-T yang dilakukan pada tanggal 6 Agustus 2025 di Kampung Wates, Desa Luwuk, Kecamatan Gunungsari, Kabupaten Serang, Banten. Adanya potensi bisnis konveksi yang cukup besar yaitu UMKM Konveksi Aqela Busana milik Bapak Usep Saepulloh, namun belum maksimal dalam pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan pengembangan pasar, serta dalam mendorong pemilihan lokasi. Maka, dengan adanya sosialisasi dan pendampingan secara langsung terhadap pelaku UMKM di Desa Luwuk adalah strategi utama yang dilakukan para mahasiswa KKN-T untuk bisa mengembangkan potensi pasar yang lebih luas bagi pelaku UMKM. Pada tahap awal, mahasiswa KKN-T melakukan survey lapangan dan wawancara langsung terhadap pelaku UMKM untuk mengetahui kondisi bisnis dan hambatan, terutama yang berkaitan dengan branding dan pemasaran produk.

Selain itu, mahasiswa KKN-T juga membantu mitra dalam proses digitalisasi bisnis, termasuk pembuatan akun media sosial seperti (Instagram, Tiktok Shop, Tiktok, dan Whaatsapp Business), desain logo, dan katalog produk menggunakan Canva, pengenalan aplikasi CapCut untuk membuat video konten produk, dan mengambil foto untuk dokumentasi produk. Seluruh kegiatan didukung oleh perangkat digital seperti Smartphone dan aplikasi kreatif. Sehingga pelaku UMKM dapat meningkatkan kemampuan digitalisasi modern serta meningkatkan jangkauan pemasaran online dan offline yang lebih luas.

3. HASI DAN PEMBAHASAN

Program KKN-T di Kampung Wates, Desa Luwuk. Dimulai dengan adanya acara “Sosialisasi/Seminar” kepada pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Pada titik ini, disampaikan betapa pentingnya memanfaatkan teknologi digital dalam usaha, seperti pemasaran online, branding dan promosi. Pemilik usaha mulai memahami pentingnya digitalisasi sebagai strategi penting untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing daripada hanya menjadi tren. Terlihat bahwa pemilik UMKM sangat terlibat dalam diskusi, yang dimana mereka membahas masalah yang mereka hadapi saat ini, terutama dalam hal pemasaran dan kurangnya pengetahuan tentang platform digital.

Pada langkah selanjutnya, “Pendampingan Langsung” mahasiswa KKN-T membantu pemilik usaha membuat identitas digital, seperti logo dan katalog produk dengan menggunakan aplikasi Canva. Mereka juga melakukan fotografi produk untuk membuat materi promosi yang lebih menarik, dan mendapatkan pelatihan pembuatan video dengan CapCut. Pada saat ini, pendampingan juga difokuskan pada pengelolaan pemasaran online, dengan membantu pembuatan akun di berbagai platform digital seperti hasil dari kegiatan sosialisasi dan dengan pendampingan ini menunjukkan bahwa perubahan pengetahuan dan keterampilan yang positif.

Pemilik usaha UMKM sekarang dapat menggunakan strategi pemasaran digital dan mulai menggunakannya, berbeda dengan sebelumnya yang hanya bergantung pada informasi dari mulut ke mulut. Adanya katalog, logo, dan akun media sosial adalah bukti nyata bahwa dengan adanya koordinasi efektif dapat menghasilkan hasil yang nyata. Kemampuan pemilik usaha untuk mengelola konten promosi secara mandiri juga meningkat. Tetapi tetap akan membutuhkan latihan tambahan. Oleh karena itu, kegiatan penelitian pada KKN-T ini dinyatakan berhasil dapat meningkatkan literasi digital UMKM Konveksi Aqela Busana dan membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar dengan menggunakan teknologi digital.

Pembuatan Logo

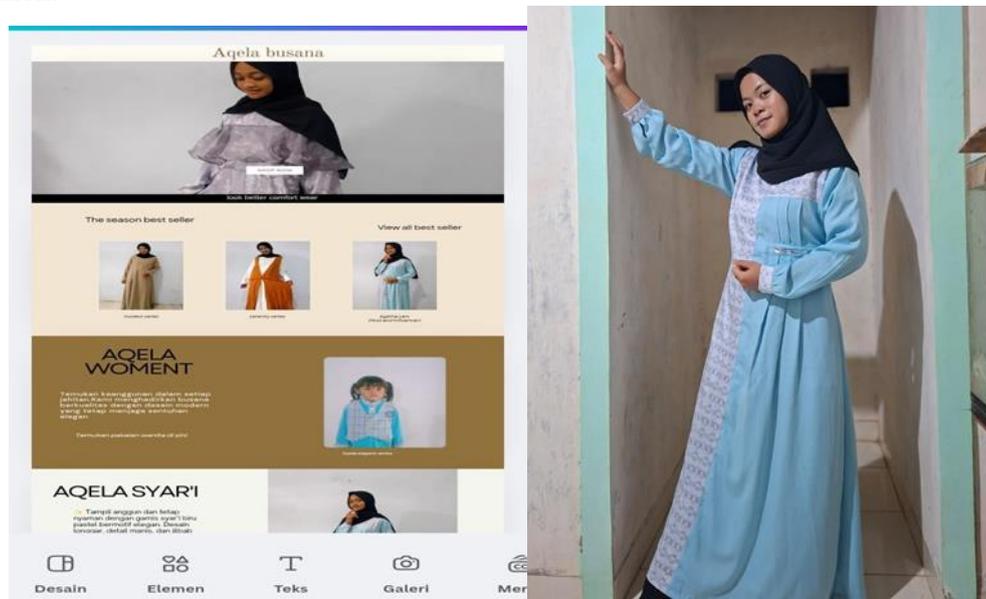
Di Desa Luwuk, Kecamatan Gunungsari, ada UMKM yang di kelola oleh Asep Saepullah, dan setelah memanfaatkan media digital untuk membantu proses pemasaran produk, mereka menunjukkan hasil yang baik, pembuatan logo yang sederhana namun bermakna memperkuat identitas bisnis ini. Logo ini menggambarkan ciri khas dan nilai bisnis yang bergerak di bidang busana dan berfungsi sebagai identitas visual yang mudah dikenali, memberikan kesan profesional dan meningkatkan daya tarik konsumen.



Gambar 1 : Proses Pembuatan Logo

Dalam hal produk, UMKM Asep Saepullah menyediakan berbagai jenis pakaian, mulai dari pakaian anak, remaja hingga dewasa yang dirancang dengan model terbaru. Koleksi ini mampu bersaing dengan merek lain karena desain yang inovatif dan bahan yang nyaman di gunakan.

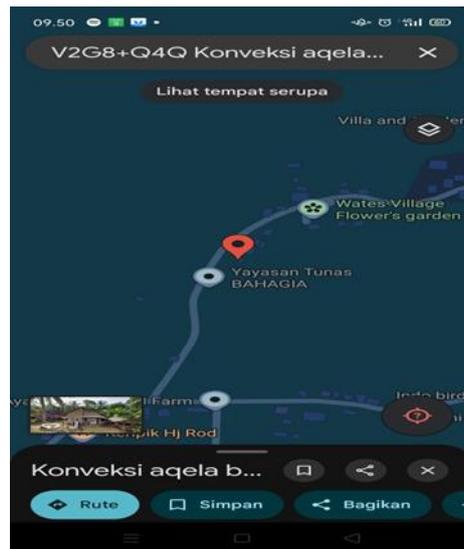
Dengan adanya koleksi yang dibuat oleh pemilik UMKM ini dapat mampu bersaing dengan pesat karena produk yang dibuat menyesuaikan dengan tren terbaru dari tahun ke tahun yang beragam, yang dimana akan memenuhi kebutuhan pasar / kebutuhan para konsumen.



Gambar 2 : Koleksi Aqela Busana

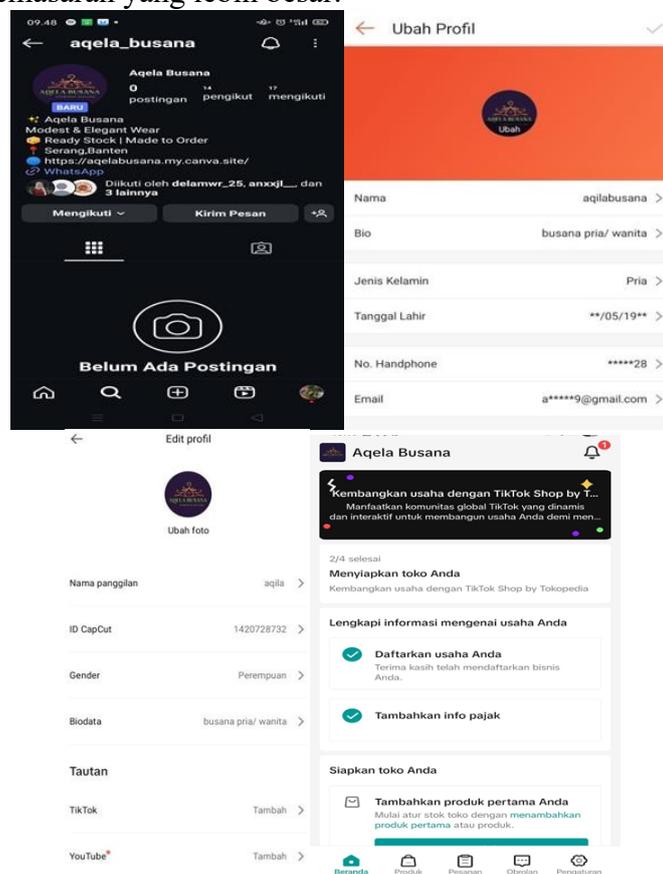
Penambahan Titik Lokasi Umkm Aqela Busana Di Goole Maps

Alamat (UMKM) Aqela Busana ini telah terdaftar di Goole Maps untuk memudahkan konsumen mengakses lokasi bisnis secara langsung. Dengan titik lokasi yang jelas, fasilitas ini meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen terhadap legalitas bisnis, sehingga konsumen dapat menemukan bisnis secara langsung sebelum melakukan pembelian. Fasilitas ini sangat membantu memperkuat eksistensi UMKM di era digital, dimana konsumen sering kali mencari lokasi bisnis melalui platform online sebelum melakukan pembelian.



Gambar 3 : Penambahan Titik Lokasi UMKM Aqela Busana Kedalam Google Maps

Selain itu kami juga membuat akun media sosial seperti Instagram, Shopee, Tiktok Shop yang merupakan alat penting untuk mempromosikan produk. Serta pembuatan akun CapCut sebagai bahan dasar untuk pembuatan konten video promosi. Berbagai koleksi busana dipublikasikan melalui akun ini dengan tampilan foto yang menarik dan penyusunan konten yang informatif. Instagram memungkinkan pengguna berinteraksi secara langsung dengan produk melalui pesan pribadi dan kolom komentar. Selain itu, instagram juga berfungsi sebagai katalog online. Terutama karna generasi muda yang lebih aktif menggunakan media sosial, telah terbukti bahwa pendekatan ini mampu mencapai tujuan pemasaran yang lebih besar.



Gambar 4 : Pembuatan Akun Media Sosial

4. KESIMPULAN

Kegiatan KKN-T yang diadakan di Kampung Wates, Desa Luwuk, Kecamatan Gunungsari. Dengan mitra UMKM Konveksi Aqela Busana menunjukkan bahwa pendampingan dan sosialisasi secara efektif dapat meningkatkan literasi digital pelaku usaha. Pemilik UMKM dapat memperoleh kesadaran tentang pentingnya digitalisasi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Sementara itu, Hasil pendampingan termasuk logo bisnis, katalog produk, konten foto dan video promosi, dan akun bisnis di berbagai platform online seperti Instagram, Tiktok, Tiktok Shop, Whatsaap Business dan website sederhana. Hasilnya menunjukkan bahwa aplikasi sepeerti Canva dan CapCut, Bersama dengan platform online lainnya, dapat membantu branding dan memberikan peluang pasar yang lebih besar bagi bisnis kecil dan menengah (UMKM).

DAFTAR PUSTAKA

- Hapiz, M., Septia, L. P., Aprilianti, D., Aprilianto, D., Maulida, I., Muhammad, F., ..& Herdiana, D. (2025). Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital di Indonesia : Tantangan dan Peluang. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(5), 36-44.
- Kiswandi, F. R. P., Setiawan, M. C., & Ghifari, M. A. (2023). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 154-162.
- Purwati, P. D., Yuniarizki, S. G., Vita, I. A. Y., Putri, D. R., Nurfahada, A., Hanif, N. K., ... & Nashikhah, M. (2023). *Desain Techno Preneur Guru di Era Digital: BUNGA RAMPAL*. Cahya Ghani Recovery.
- Putri, E. S., & Thohiri, R. (2025). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Strategi Pemasaran Dan Penjualan Produk UMKM. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(2), 314-327.
- Suarsa, S. H., Judijanto, L., & Kushariyadi, K. (2025). *Pemasaran Digital : Teori Dan Praktik Pemasaran Digital UMKM Di Indonesia*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.