

Pengenalan Labeling Produk dengan Memanfaatkan Aplikasi Canva untuk Mengembangkan Pemanfaatan Media Sosial bagi Pelaku UMKM di Desa Karangrejo

Ariska Yuliana Putri

STAI Al-Fattah Pacitan

Surel Korespondensi: ayeputri@gmail.com

Abstrak: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Karangrejo dalam membuat labeling produk menggunakan aplikasi Canva serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Kegiatan dilaksanakan pada 13 September 2025 dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan peserta secara aktif dalam proses pembelajaran. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan, sosialisasi, pelatihan penggunaan Canva, praktik pembuatan label produk, pengenalan pemanfaatan media sosial, pendampingan, serta evaluasi dan refleksi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya label sebagai identitas visual dan media informasi produk serta pengalaman dalam membuat desain label secara mandiri. Peserta juga memahami bahwa desain label dapat dikembangkan menjadi konten promosi digital melalui media sosial. Kegiatan ini mendukung peningkatan kapasitas digital, penguatan identitas visual produk, dan kemampuan promosi pelaku UMKM. Keberlanjutan program dapat dilakukan melalui pendampingan branding, pengembangan kemasan, pembuatan konten digital, dan pemasaran media sosial.

Kata Kunci: Canva; labeling produk; media sosial.

Abstrack: *This community service activity aimed to improve the understanding and skills of Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) actors in Karangrejo Village in creating product labels using Canva and utilizing social media as a promotional medium. The activity was conducted on September 13, 2025, using a participatory approach that actively involved participants in the learning process. The implementation included needs identification, socialization, Canva training, hands-on label design practice, social media promotion introduction, mentoring, evaluation, and reflection. The results showed that participants gained an understanding of the importance of labels as product visual identities and information media, as well as practical experience in independently creating label designs. Participants also understood that label designs could be developed into digital promotional content through social media. This activity supported improvements in digital capacity, product visual identity, and promotional skills among MSME actors. Program sustainability can be supported through further mentoring in branding, packaging development, digital content creation, and social media marketing.*

Keywords: Canva; product labeling; social media

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam pengembangan perekonomian masyarakat. Keberadaan UMKM berkontribusi terhadap penciptaan aktivitas ekonomi produktif, penyediaan kesempatan kerja, serta pemanfaatan potensi lokal. Dalam konteks masyarakat perdesaan, pengembangan UMKM juga memiliki arti strategis karena dapat menjadi salah satu instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat. Namun demikian, perkembangan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan produk, melainkan juga oleh kemampuan dalam meningkatkan nilai tambah, membangun identitas produk, melakukan branding, dan mengembangkan strategi pemasaran. Tantangan tersebut semakin penting pada era ekonomi digital yang menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Aswar et al. (2025) menunjukkan bahwa branding dan packaging masih menjadi salah satu persoalan penting yang memengaruhi daya saing UMKM dalam pasar digital.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola pemasaran produk dari sistem konvensional menuju pemasaran berbasis digital. Pelaku usaha tidak lagi hanya mengandalkan penjualan langsung atau promosi dari mulut ke mulut, tetapi dapat memanfaatkan media digital untuk memperkenalkan produk kepada konsumen secara lebih luas. Media sosial menjadi salah satu sarana yang potensial bagi UMKM karena dapat digunakan untuk membangun komunikasi dengan konsumen, menyampaikan informasi produk, memperkuat identitas usaha, dan melakukan promosi. Namun, pemanfaatan media sosial secara efektif membutuhkan kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan materi promosi yang menarik dan sesuai dengan karakteristik media digital. Nugroho et al. (2025) menemukan bahwa keterbatasan kemampuan promosi digital dan pemanfaatan media sosial masih menjadi salah satu persoalan utama yang dihadapi UMKM, sehingga pelatihan branding digital dan desain visual diperlukan untuk meningkatkan kapasitas pemasaran pelaku usaha.

Permasalahan lain yang sering dihadapi UMKM adalah keterbatasan kemampuan dalam membuat desain visual dan mengembangkan identitas produk. Produk yang memiliki kualitas baik belum tentu mampu menarik perhatian konsumen apabila tidak didukung oleh tampilan visual yang memadai. Branding dan kemasan memiliki peran penting dalam membangun daya saing produk karena menjadi bagian awal yang dilihat dan dikenali oleh konsumen. Aswar et al. (2025) menjelaskan bahwa banyak UMKM masih menghadapi tantangan dalam membangun daya saing di pasar digital, terutama berkaitan dengan branding dan packaging produk. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas visual produk perlu menjadi bagian dari program pemberdayaan UMKM.

Salah satu aspek penting dalam pengembangan identitas visual produk adalah labeling produk. Label tidak hanya berfungsi sebagai penanda suatu produk, tetapi juga menjadi media komunikasi antara produsen dan konsumen. Melalui label, suatu produk dapat memiliki identitas yang lebih jelas dan mudah dikenali. Label dapat memuat berbagai informasi yang relevan, seperti nama produk, identitas usaha, logo, karakteristik produk, dan informasi pendukung lainnya. Selain memiliki fungsi informatif, desain label juga dapat menjadi bagian

dari strategi branding karena membentuk kesan visual terhadap produk. Rofianto et al. menunjukkan bahwa desain kemasan dan labeling merupakan aspek penting dalam pemasaran produk UMKM, sementara keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam desain dapat menjadi hambatan dalam membangun branding produk.

Pada praktiknya, sebagian pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam membuat desain label secara mandiri. Proses desain sering kali dianggap membutuhkan kemampuan desain grafis khusus dan perangkat yang kompleks. Kondisi tersebut dapat menyebabkan pelaku UMKM menggunakan desain sederhana, tidak konsisten, atau belum memiliki identitas visual yang kuat. Perkembangan teknologi digital sebenarnya telah menyediakan berbagai aplikasi yang dapat digunakan untuk membantu masyarakat membuat desain secara lebih mudah. Salah satu aplikasi yang relevan untuk dimanfaatkan adalah Canva.

Canva merupakan aplikasi desain yang menyediakan berbagai fitur dan template yang dapat digunakan untuk membuat beragam kebutuhan visual. Bagi pelaku UMKM, Canva dapat dimanfaatkan untuk membuat logo, label, poster, katalog, kemasan, dan konten promosi media sosial. Keunggulan utama Canva adalah kemudahan penggunaannya sehingga memungkinkan pengguna pemula untuk membuat desain secara mandiri. Nuraini, Evianah, dan Prasetya (2025) menjelaskan bahwa Canva menawarkan solusi praktis bagi UMKM karena mudah digunakan, relatif terjangkau, dan menyediakan berbagai template yang dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan pemasaran digital, termasuk pembuatan logo, label, poster, katalog digital, dan konten media sosial.

Pemanfaatan Canva dalam pemberdayaan UMKM juga telah ditunjukkan dalam beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya. Alawiah, Setyorini, dan Hasanudin (2023) melaksanakan pelatihan digital marketing dan pembuatan label kemasan menggunakan Canva bagi pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan digital marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran serta menguasai Canva untuk membuat desain kemasan yang lebih menarik. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aplikasi desain digital yang mudah digunakan dapat menjadi alternatif dalam meningkatkan kemandirian pelaku UMKM dalam mengembangkan kebutuhan visual produknya.

Hasil yang serupa juga ditunjukkan oleh Larasati dan Syamsu Roidah (2023), yang melaksanakan kegiatan pelatihan penggunaan Canva untuk membuat konten gambar sebagai media promosi produk UMKM. Permasalahan utama yang ditemukan adalah minimnya pengetahuan mengenai teknologi aplikasi dan kesulitan pelaku UMKM dalam membuat konten promosi yang menarik. Melalui pelatihan Canva, peserta memperoleh pengetahuan dan gambaran mengenai penggunaan aplikasi tersebut untuk membuat konten promosi pada media sosial. Dengan demikian, Canva tidak hanya dapat digunakan untuk membuat desain kemasan atau label, tetapi juga dapat menjadi media untuk menghasilkan konten visual dalam kegiatan pemasaran digital.

Keterkaitan antara desain visual dan pemasaran digital menjadi semakin penting karena produk UMKM membutuhkan identitas yang konsisten, baik dalam bentuk produk fisik maupun promosi daring. Desain label yang telah dibuat dapat dikembangkan menjadi bagian

dari materi promosi pada media sosial. Identitas visual yang digunakan pada kemasan dapat ditampilkan kembali dalam bentuk poster digital, katalog, gambar promosi, dan berbagai bentuk konten lainnya. Dengan demikian, proses labeling tidak hanya berhenti pada pembuatan identitas fisik produk, tetapi dapat dikembangkan menjadi bagian dari strategi komunikasi pemasaran digital.

Program pengabdian sebelumnya juga menunjukkan bahwa penguatan keterampilan desain dan pemasaran digital dapat mendorong peningkatan kapasitas UMKM. Nugroho et al. (2025) melaporkan bahwa pelatihan branding digital dan desain visual menggunakan Canva berhasil meningkatkan keterampilan desain dan pemahaman dasar branding peserta serta mendorong pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan pasar. Sementara itu, kegiatan pendampingan Canva pada UMKM di Kelurahan Sememi secara khusus diarahkan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam menghasilkan berbagai materi pemasaran digital dan memperkuat konsistensi branding pada kanal digital. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penguatan kapasitas digital UMKM memerlukan kegiatan yang tidak hanya berorientasi pada pengenalan teknologi, tetapi juga pada kemampuan menerapkan teknologi tersebut sesuai kebutuhan usaha.

Dalam konteks Desa Karangrejo, pengembangan kapasitas pelaku UMKM dalam bidang labeling dan pemasaran digital menjadi relevan untuk dilakukan. Masyarakat yang menjalankan usaha mikro dan usaha rumah tangga memiliki peluang untuk meningkatkan nilai tambah produk melalui penguatan identitas visual dan pemanfaatan media digital. Namun, berdasarkan fokus permasalahan kegiatan ini, diperlukan penguatan kemampuan praktis pelaku UMKM dalam membuat desain labeling produk dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi salah satu bentuk intervensi yang dapat dilakukan untuk menjembatani kebutuhan tersebut melalui proses sosialisasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan.

Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian terdahulu telah membuktikan bahwa pemanfaatan Canva dapat membantu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Namun, terdapat perbedaan fokus dalam setiap program. Alawiah et al. (2023) mengombinasikan pelatihan pembuatan label kemasan menggunakan Canva dengan digital marketing. Larasati dan Syamsu Roidah (2023) lebih berfokus pada penggunaan Canva untuk membuat konten gambar sebagai media promosi UMKM melalui media sosial. Sementara itu, Nugroho et al. (2025) menitikberatkan pada penguatan kapasitas pemasaran melalui branding digital dan desain visual Canva.

Berdasarkan penelitian tersebut, dapat diidentifikasi bahwa sebagian besar kegiatan terdahulu menempatkan labeling produk, desain visual, branding digital, dan pemasaran media sosial sebagai fokus yang berbeda atau belum secara spesifik menempatkan labeling sebagai titik awal dalam membangun ekosistem promosi digital UMKM. Oleh karena itu, terdapat ruang pengembangan program pengabdian yang mengintegrasikan ketiga aspek secara lebih terstruktur, yaitu: 1) pemahaman mengenai labeling produk sebagai identitas dan informasi produk; 2) praktik pembuatan desain label secara mandiri menggunakan Canva; dan 3) pemanfaatan desain dan identitas visual produk sebagai materi promosi melalui media

sosial. Dengan model tersebut, labeling tidak hanya dipahami sebagai bagian fisik yang ditempelkan pada kemasan, tetapi sebagai identitas visual produk yang dapat dikembangkan secara konsisten dalam berbagai media promosi digital. Integrasi tersebut menjadi salah satu nilai penting dari kegiatan pengabdian ini.

Selain itu, penelitian dan kegiatan pengabdian terdahulu dilaksanakan pada lokasi dan karakteristik mitra yang berbeda. Perbedaan jenis UMKM, karakteristik produk, kemampuan digital, dan pola pemasaran menyebabkan kebutuhan masyarakat tidak selalu sama. Oleh sebab itu, penerapan program pemberdayaan di Desa Karangrejo penting dilakukan secara kontekstual sesuai kebutuhan pelaku UMKM setempat.

Kegiatan pengabdian ini penting dilakukan karena pelaku UMKM menghadapi tuntutan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Produk yang berkualitas memerlukan dukungan identitas visual agar lebih mudah dikenali oleh konsumen. Pada saat yang sama, perkembangan media sosial memberikan peluang kepada pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas. Pengenalan labeling produk menggunakan Canva menjadi relevan karena memberikan keterampilan praktis yang dapat digunakan secara mandiri oleh pelaku UMKM. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman mengenai konsep labeling, tetapi juga memperoleh pengalaman dalam membuat desain sesuai karakteristik produk. Keterampilan tersebut dapat terus digunakan untuk memperbarui label, membuat materi promosi, serta mengembangkan konten digital.

Lebih lanjut, integrasi labeling produk dan media sosial memiliki nilai strategis dalam pengembangan pemasaran UMKM. Label yang telah dirancang dapat menjadi dasar pembentukan identitas visual, sedangkan media sosial menjadi sarana untuk mengkomunikasikan identitas tersebut kepada konsumen. Pendekatan tersebut sejalan dengan hasil kegiatan pengabdian yang menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan Canva dapat mendukung pengembangan konten promosi dan memperluas pemanfaatan pemasaran digital oleh pelaku UMKM (Alawiah et al., 2023; Larasati & Syamsu Roidah, 2023; Nuraini et al., 2025).

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki nilai kebaruan dalam bentuk integrasi antara pengenalan labeling produk, pelatihan desain mandiri menggunakan Canva, dan pengembangan pemanfaatan media sosial dalam satu rangkaian pemberdayaan UMKM berbasis kebutuhan masyarakat desa. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga menghasilkan keterampilan yang dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di Desa Karangrejo mengenai pentingnya labeling produk sebagai identitas dan strategi branding, meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat desain label menggunakan aplikasi Canva, serta mengembangkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan hasil desain sebagai konten promosi melalui media sosial. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas digital pelaku UMKM, meningkatkan kualitas visual produk, dan mendorong pemanfaatan media sosial secara lebih optimal dalam mendukung pengembangan pemasaran.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada 13 September 2025 di Desa Karangrejo dengan sasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dengan metode *learning by doing* yang menempatkan peserta sebagai subjek aktif dalam proses pembelajaran. Pendekatan ini dipilih agar pelatihan tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi, tetapi juga memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan keterampilan yang diperoleh secara langsung. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan melalui observasi dan diskusi untuk mengetahui kondisi awal peserta terkait penggunaan label produk, kemampuan desain digital, dan pemanfaatan media sosial. Pendekatan berbasis kebutuhan dan keterlibatan aktif peserta penting dalam kegiatan pemberdayaan karena dapat meningkatkan kesesuaian program dengan permasalahan yang dihadapi mitra (Faizal et al., 2026; Kusuma et al., 2026).

Tahap pelaksanaan meliputi sosialisasi mengenai pentingnya labeling produk, pelatihan penggunaan aplikasi Canva, dan praktik pembuatan label produk. Materi labeling mencakup fungsi label sebagai identitas produk, media informasi, dan bagian dari branding, serta unsur-unsur seperti nama produk, identitas usaha, logo, informasi produk, dan desain visual. Selanjutnya, peserta diperkenalkan pada fitur dasar Canva dan melakukan praktik secara langsung dalam membuat desain label sesuai dengan karakteristik produk masing-masing. Metode pelatihan yang mengombinasikan penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung dinilai efektif dalam meningkatkan keterampilan desain digital karena peserta dapat memperoleh pengalaman dalam mengoperasikan aplikasi sekaligus menghasilkan karya secara mandiri (Pramesti & Ubaidillah, 2023; Rusmanto et al., 2026).

Tahap selanjutnya adalah pengembangan desain sebagai konten promosi melalui media sosial, pendampingan, serta evaluasi dan refleksi. Peserta diarahkan untuk memanfaatkan desain label dan identitas visual produk sebagai bahan pembuatan konten promosi sederhana melalui media sosial. Pendampingan dilakukan secara individual maupun kelompok untuk membantu peserta yang mengalami kendala dalam penggunaan Canva dan penyempurnaan desain. Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap keterlibatan dan keterampilan peserta serta hasil desain yang dihasilkan, sedangkan refleksi dilakukan untuk mengetahui manfaat kegiatan, kendala yang dihadapi, dan rencana penerapan keterampilan dalam usaha masing-masing. Kombinasi pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi merupakan bagian penting dalam pemberdayaan UMKM agar keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara berkelanjutan (Nuraini et al., 2025; Purwadi et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 13 September 2025 di Desa Karangrejo dengan sasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan difokuskan pada peningkatan kapasitas peserta dalam memahami pentingnya labeling produk, membuat desain label menggunakan aplikasi Canva, serta mengenalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara

partisipatif melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, pendampingan, serta evaluasi dan refleksi sebagaimana telah dijelaskan pada bagian metode.

Pelaksanaan kegiatan tidak hanya menempatkan peserta sebagai penerima materi, tetapi juga melibatkan peserta dalam proses praktik pembuatan desain berdasarkan produk usaha yang dimiliki. Pendekatan tersebut memungkinkan peserta menghubungkan materi yang diperoleh dengan kebutuhan usaha masing-masing. Dalam kegiatan pemberdayaan UMKM, pelatihan yang dikombinasikan dengan praktik langsung memiliki arti penting karena keterampilan digital tidak hanya membutuhkan pemahaman konseptual, tetapi juga pengalaman dalam mengoperasikan aplikasi dan menghasilkan luaran sesuai kebutuhan usaha.

Pelaksanaan kegiatan ini sejalan dengan pengabdian Nugroho et al. (2025) yang menerapkan tahapan identifikasi kebutuhan, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi dalam penguatan kapasitas pemasaran UMKM melalui branding digital dan desain visual Canva. Hasil kegiatan tersebut menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan desain visual dan pemasaran digital dapat membantu meningkatkan kapasitas UMKM dalam memanfaatkan media digital untuk mendukung pemasaran. Dengan demikian, pelaksanaan kegiatan di Desa Karangrejo dirancang tidak hanya untuk memperkenalkan sebuah aplikasi desain, tetapi untuk membangun keterkaitan antara identitas produk, desain visual, dan promosi digital.

Peningkatan Pemahaman tentang Pentingnya Labeling Produk

Tahap awal kegiatan difokuskan pada sosialisasi mengenai pentingnya labeling produk bagi UMKM. Peserta diperkenalkan pada fungsi label sebagai identitas produk dan media penyampaian informasi kepada konsumen. Dalam proses sosialisasi, peserta diarahkan untuk memahami bahwa produk tidak hanya dinilai berdasarkan kualitas isi, tetapi juga berdasarkan bagaimana produk tersebut ditampilkan dan dikenalkan kepada konsumen.

Label produk memiliki peran penting dalam membangun identitas visual usaha. Keberadaan nama produk, logo, identitas usaha, gambar, dan informasi pendukung lainnya dapat membantu konsumen mengenali karakteristik produk. Dalam konteks UMKM, labeling menjadi penting karena banyak produk usaha rumah tangga atau usaha skala kecil memiliki kualitas yang baik, tetapi belum selalu didukung oleh identitas visual yang konsisten.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengenalan labeling menjadi tahap awal yang penting sebelum peserta melakukan praktik desain. Peserta terlebih dahulu perlu memahami tujuan pembuatan label agar desain yang dihasilkan tidak hanya berorientasi pada unsur dekoratif, tetapi juga mempertimbangkan fungsi identitas dan komunikasi produk. Pemahaman tersebut menjadi dasar bagi peserta dalam menentukan unsur-unsur yang akan dimasukkan ke dalam desain label.

Temuan tersebut sejalan dengan kegiatan Alawiah, Setyorini, dan Hasanudin (2023), yang mengintegrasikan pembuatan label kemasan menggunakan Canva dengan pelatihan pemasaran digital. Program tersebut menunjukkan bahwa pengembangan label produk dapat menjadi bagian dari peningkatan kemampuan UMKM dalam mengembangkan produk dan

pemasaran. Dengan demikian, kegiatan di Desa Karangrejo memperkuat pandangan bahwa labeling tidak hanya merupakan unsur pelengkap kemasan, tetapi merupakan bagian dari proses pembangunan identitas dan branding usaha.

Pelatihan Canva sebagai Media Pembuatan Desain Label

Tahap berikutnya adalah pelatihan penggunaan aplikasi Canva. Peserta diperkenalkan pada fitur-fitur dasar yang dapat digunakan dalam pembuatan desain, seperti pemilihan ukuran desain, penggunaan template, penambahan teks, pemilihan elemen visual, penggunaan gambar atau logo, pengaturan tata letak, serta penyimpanan hasil desain. Materi diberikan secara bertahap agar peserta dapat mengikuti proses penggunaan aplikasi sesuai dengan tingkat kemampuan masing-masing.

Canva dipilih karena menyediakan fasilitas desain yang relatif mudah digunakan oleh pengguna pemula. Peserta tidak dituntut untuk memiliki kemampuan desain grafis profesional, tetapi diarahkan untuk memanfaatkan fitur yang tersedia sesuai dengan kebutuhan desain sederhana untuk usaha. Kemudahan akses tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam pemilihan media pelatihan karena pelaku UMKM membutuhkan teknologi yang dapat digunakan secara praktis dan berkelanjutan.

Selama praktik, peserta diarahkan untuk memperhatikan beberapa aspek, seperti keterbacaan tulisan, kesesuaian warna, penggunaan elemen visual, serta kesesuaian desain dengan karakteristik produk. Proses tersebut memberikan pengalaman kepada peserta bahwa desain yang baik tidak hanya berkaitan dengan penggunaan banyak elemen visual, tetapi juga dengan kemampuan menyusun informasi secara sederhana dan mudah dipahami.

Hasil ini relevan dengan kegiatan pendampingan yang dilakukan Nuraini, Evianah, dan Prasetya (2025) terhadap UMKM di Kelurahan Sememi. Kegiatan tersebut memanfaatkan Canva untuk membantu peserta menghasilkan berbagai materi pemasaran digital, termasuk logo, label, poster, katalog digital, dan konten media sosial. Canva dipandang sebagai solusi yang relatif mudah diakses untuk menjawab keterbatasan kemampuan desain visual dan membangun konsistensi branding UMKM.

Temuan tersebut juga didukung oleh Nugraha et al. (2025), yang menunjukkan bahwa pelatihan dasar desain menggunakan Canva dapat membantu pelaku UMKM menghasilkan desain konten pemasaran digital. Kesamaan tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Canva dapat menjadi salah satu media pemberdayaan yang relevan bagi pelaku UMKM, terutama dalam meningkatkan kemampuan dasar menghasilkan materi visual secara mandiri.

Praktik Pembuatan Label Produk

Setelah memperoleh pengenalan mengenai prinsip dasar labeling dan penggunaan Canva, peserta melanjutkan kegiatan melalui praktik pembuatan desain label. Produk UMKM yang dimiliki peserta digunakan sebagai dasar dalam menentukan konsep desain. Peserta menentukan nama produk, memasukkan identitas usaha, serta memilih tulisan dan elemen visual yang dianggap sesuai dengan karakteristik produk.

Praktik langsung menjadi bagian penting dalam kegiatan karena memberikan

kesempatan kepada peserta untuk menerapkan materi yang telah diperoleh. Selama proses pembuatan desain, peserta dapat mencoba berbagai pilihan desain dan melakukan penyesuaian apabila terdapat bagian yang belum sesuai. Pendampingan diberikan kepada peserta yang mengalami kendala dalam menggunakan fitur aplikasi maupun menentukan susunan desain.

Salah satu luaran kegiatan adalah tersusunnya desain label yang dapat digunakan dan dikembangkan kembali oleh peserta sesuai dengan kebutuhan produknya. Luaran tersebut memiliki arti penting karena peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai Canva, tetapi juga memperoleh pengalaman dalam proses pembuatan desain. Keterampilan tersebut dapat menjadi modal awal untuk melakukan perubahan atau pengembangan desain secara mandiri pada masa mendatang.

Hasil ini memperkuat temuan Wanda, Marlinda, dan Gata (2025), yang menggunakan pendekatan *learning by doing* melalui penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung dalam pelatihan desain digital berbasis Canva. Pendekatan tersebut digunakan karena keterampilan desain lebih mudah dikembangkan ketika peserta terlibat langsung dalam proses pembuatan karya. Dengan demikian, praktik pembuatan label dalam kegiatan ini menjadi bagian penting dalam proses transformasi pengetahuan menjadi keterampilan yang dapat diterapkan.

Integrasi Label Produk dan Media Sosial

Selain menghasilkan desain label, kegiatan juga memberikan pengenalan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Peserta diarahkan untuk memahami bahwa identitas visual yang telah dibuat melalui label dapat dikembangkan menjadi bagian dari materi promosi digital. Nama produk, logo, warna, dan karakteristik visual yang terdapat dalam label dapat digunakan secara konsisten dalam pembuatan konten media sosial.

Dalam konteks pemasaran digital, konsistensi visual menjadi salah satu unsur penting dalam membangun pengenalan terhadap suatu produk. Desain label yang menarik dapat digunakan sebagai bagian dari foto produk, poster promosi, katalog sederhana, maupun konten informasi pada media sosial. Oleh karena itu, pelatihan labeling dan pemanfaatan media sosial dalam kegiatan ini tidak diposisikan sebagai dua kegiatan yang terpisah, melainkan sebagai satu rangkaian dalam membangun komunikasi visual produk.

Peserta diperkenalkan pada pembuatan konten sederhana yang dapat memuat nama produk, gambar produk, keunggulan atau informasi singkat mengenai produk, serta informasi pemesanan. Pendekatan tersebut dipilih agar peserta dapat membuat konten sesuai kemampuan dan sumber daya yang dimiliki. Pemanfaatan media sosial tidak selalu harus dimulai dengan konten yang kompleks, tetapi dapat dilakukan melalui pengembangan konten sederhana secara konsisten.

Hasil tersebut sejalan dengan pengabdian Nugroho et al. (2025) yang menemukan bahwa penguatan branding digital dan desain visual menggunakan Canva dapat mendorong pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Selain itu, kegiatan Alawiah et al. (2023) juga menunjukkan bahwa pelatihan Canva untuk pembuatan

label kemasan dapat dikombinasikan dengan pelatihan digital marketing sebagai upaya memperluas kemampuan pemasaran pelaku UMKM.

Kesesuaian temuan tersebut menunjukkan bahwa desain label dan pemasaran media sosial memiliki hubungan yang saling mendukung. Label berfungsi membangun identitas visual produk, sedangkan media sosial dapat menjadi saluran untuk menyebarkan identitas tersebut kepada konsumen yang lebih luas. Integrasi kedua aspek tersebut menjadi salah satu kontribusi utama kegiatan pengabdian di Desa Karangrejo.

Dampak dan Manfaat Kegiatan bagi Pelaku UMKM

Berdasarkan proses pelaksanaan kegiatan, manfaat yang diperoleh peserta dapat dilihat dari aspek pengetahuan dan keterampilan. Dari aspek pengetahuan, peserta memperoleh pemahaman mengenai fungsi labeling sebagai identitas produk dan bagian dari branding. Pemahaman tersebut penting untuk membangun kesadaran bahwa pengembangan usaha tidak hanya berkaitan dengan proses produksi, tetapi juga dengan bagaimana produk dikomunikasikan kepada konsumen.

Dari aspek keterampilan, peserta memperoleh pengalaman menggunakan aplikasi Canva dalam membuat desain label. Kemampuan tersebut memungkinkan peserta untuk melakukan pengembangan desain secara mandiri sesuai kebutuhan usaha. Keterampilan dasar ini juga dapat dikembangkan untuk membuat materi visual lainnya, seperti poster, katalog sederhana, gambar promosi, dan konten media sosial.

Temuan tersebut konsisten dengan hasil kegiatan pengabdian terhadap pelaku UMKM pemula yang dilaporkan Ekasari et al. (2025). Pelatihan desain konten branding menggunakan Canva yang disertai praktik dan evaluasi membantu peserta memahami prinsip branding dan menghasilkan materi promosi yang lebih sesuai dengan identitas usaha. Hasil serupa juga dilaporkan dalam program pelatihan desain digital bagi UMKM yang menunjukkan bahwa penguasaan teknologi desain dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan materi visual untuk mendukung kegiatan branding dan promosi.

Dengan demikian, manfaat utama kegiatan ini terletak pada penguatan kemampuan praktis peserta dalam memanfaatkan teknologi digital yang dapat digunakan secara mandiri. Penggunaan Canva memberikan peluang kepada pelaku UMKM untuk tidak selalu bergantung pada jasa desain dalam memenuhi kebutuhan visual dasar usahanya. Namun demikian, keterampilan yang diperoleh masih perlu dikembangkan melalui praktik secara berkelanjutan agar kemampuan peserta dalam membuat desain semakin meningkat.

Keberlanjutan Program

Keberlanjutan menjadi aspek penting dalam kegiatan pemberdayaan UMKM. Pelatihan satu kali dapat menjadi tahap awal pengenalan teknologi, tetapi penguatan kapasitas membutuhkan proses penerapan dan pengembangan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan dapat diarahkan pada pendampingan pengembangan kemasan, penyempurnaan label, pembuatan konten promosi secara berkala, pengelolaan media sosial, serta pengembangan strategi pemasaran digital.

Pelaku UMKM juga dapat membangun kelompok komunikasi sebagai media berbagi informasi dan pengalaman mengenai desain serta pemasaran digital. Melalui komunikasi antarpelaku usaha, peserta dapat saling memberikan masukan terhadap desain, berbagi pengalaman penggunaan aplikasi, dan memperoleh informasi mengenai peluang pengembangan pemasaran.

Strategi keberlanjutan tersebut sejalan dengan kegiatan pengabdian berbasis branding dan desain digital yang menempatkan pendampingan berkelanjutan serta pembentukan komunitas belajar sebagai bagian penting dalam menjaga peningkatan kapasitas UMKM. Faizal et al. (2026), misalnya, melaporkan bahwa pembentukan komunitas belajar dan evaluasi berkelanjutan dapat mendukung penguatan identitas merek dan peningkatan kapasitas pelaku UMKM secara berkesinambungan.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian di Desa Karangrejo menunjukkan bahwa pengenalan labeling produk melalui Canva dapat menjadi pintu masuk untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya identitas visual produk. Kegiatan praktik memungkinkan peserta memperoleh pengalaman dalam membuat desain label secara mandiri, sedangkan pengenalan media sosial memperluas pemahaman peserta bahwa identitas visual tersebut dapat dikembangkan menjadi materi promosi digital. Dengan demikian, kegiatan ini mendukung penguatan kapasitas pelaku UMKM melalui integrasi antara labeling produk, desain digital, dan pemanfaatan media sosial.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai pengenalan labeling produk melalui pemanfaatan aplikasi Canva bagi pelaku UMKM di Desa Karangrejo memberikan pemahaman tentang pentingnya identitas visual produk serta keterampilan dasar dalam membuat desain label secara mandiri. Melalui sosialisasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan, peserta memperoleh pengalaman dalam memanfaatkan Canva untuk membuat desain yang sesuai dengan karakteristik produk serta memahami pemanfaatan desain tersebut sebagai materi promosi melalui media sosial.

Integrasi antara labeling produk, desain digital, dan pemanfaatan media sosial menjadi pendekatan yang relevan dalam mendukung pengembangan kapasitas digital pelaku UMKM. Keberlanjutan program dapat dilakukan melalui pendampingan lanjutan dalam pengembangan branding, kemasan, konten digital, dan strategi pemasaran media sosial sehingga keterampilan yang diperoleh dapat terus diterapkan untuk mendukung daya saing dan kemandirian UMKM di Desa Karangrejo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Pemerintah Desa Karangrejo, para pelaku UMKM yang menjadi peserta kegiatan, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini. Dukungan dan partisipasi seluruh pihak diharapkan dapat menjadi dasar bagi keberlanjutan program pemberdayaan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiah, E. T., Setyorini, D., & Hasanudin. (2023). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan omset penjualan dan pelatihan pembuatan label kemasan menggunakan Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), 279–285. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.163>
- Aswar, N. F., Haeruddin, M. I. M., Haeruddin, M. I. W., Aslam, A. P., & Abadi, R. R. (2025). Peningkatan branding dan packaging produk UMKM untuk meningkatkan daya saing di pasar digital. *Ininnawa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.26858/ininnawa.v3i1.7735>
- Ekasari, S., Elizabeth, E., Istarno, R., Dharmawan, D., & Dera, F. (2025). Pelatihan desain konten branding menggunakan Canva untuk pelaku usaha pemula. *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(4), 340–345.
- Faizal, A., Wijayanti, C., Mursidah, M., & Mubarak, A. H. (2026). Pendampingan strategi branding produk dan desain digital Canva pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Banyuwangi. *Ngarsa: Journal of Dedication Based on Local Wisdom*, 6(1), 49–58. <https://doi.org/10.35719/ngarsa.v6i1.603>
- Kusama, F. H., Cahyana, B. B., Aradheadwiputra, Nurhasan, R., & Adnan, Z. (2026). Strategi pengembangan kapasitas UMKM mikro di Desa Neglasari melalui program pelatihan dan pendampingan. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9(1).
- Larasati, G., & Syamsu Roidah, I. (2023). Penggunaan aplikasi Canva untuk pembuatan konten gambar sebagai upaya promosi produk UMKM di media sosial. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 17–23.
- Nugraha, G., Sumiarsih, M., Maulida, H., Apriani, S. M., & Saputra, M. R. A. (2025). Pelatihan dasar desain bagi UMKM melalui Canva untuk meningkatkan kreativitas pemasaran digital. *ABDIMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1).
- Nugroho, A. P., Amin, F., Ilham, R. M., Fadilah, N. N., Firmansah, S. R., & Nurhidayati, P. (2025). Penguatan kapasitas pemasaran UMKM Rejosari melalui pendekatan branding digital dan desain visual Canva. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 15(1), 48–55. <https://doi.org/10.30999/jpkm.v15i1.3684>
- Nuraini, D., Evianah, & Prasetya, H. (2025). Pendampingan optimalisasi penggunaan aplikasi Canva untuk pemasaran digital UMKM di Kelurahan Sememi Kecamatan Benowo Kota Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(4). <https://doi.org/10.70248/jpmebd.v2i4.3294>
- Pramesti, S. S. A., & Ubaidillah, M. (2023). Pendampingan UMKM melalui pengembangan identitas usaha dalam meningkatkan keterampilan menggunakan aplikasi Canva. *Penamas: Journal of Community Service*, 3(2), 58–65. <https://doi.org/10.53088/penamas.v3i2.691>
- Purwadi, P., Pinilih, M., Andina, A., & Saputra, D. (2025). Pemberdayaan berbasis masyarakat pada paguyuban pelaku usaha Banyumas melalui pelatihan Canva untuk promosi digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*.
- Rofianto, D., Amaliah, K., Kenali, E. W., Fitra, J., Ikshan, F. K., & Safitri, E. (n.d.). Pelatihan pemanfaatan teknologi AI dan Canva untuk optimalisasi labeling produk Gapoktan Kogasera Tani Lampung Tengah. *Jurnal Abimana (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nasional)*. <https://doi.org/10.25181/abimana.v1i2.3753>
- Rusmanto, D. E., Eswono, E. S. P., & Rofi'ah, Z. (2026). Pelatihan Canva untuk meningkatkan kompetensi desain digital pemuda dan UMKM di Desa 3D. *Jurnal Pengabdian*

- Masyarakat Nusantara*. <https://doi.org/10.29407/dimastara.v5i1.27101>
- Sumo, M., Maisyaroh, R., Aini, N., Avnany, V. A., Ramadhanti, N., Maghfirah, J., & Oktafia, R. (2025). Pendampingan desain logo produk UMKM dengan Canva untuk meningkatkan keterampilan membranding digital. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 659–669. <https://doi.org/10.36709/amalilmiah.v6i3.465>
- Wanda, S. S., Marlinda, L., & Gata, W. (2025). Pelatihan desain logo digital UMKM berbasis Canva binaan Yayasan Genggam Tangan Indonesia. *PAKEM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.30598/pakem.6.1.8-15>