



Transformasi Digital UMKM melalui Pelatihan Manajemen Keuangan, Strategi Pemasaran, dan Desain Promosi Berbasis Canva di Desa Terak, Bangka Tengah

Digital Transformation of MSMEs through Training in Financial Management, Marketing Strategies, and Canva-Based Promotional Design in Terak Village, Central Bangka

Sumarno^{1*}, Ari Juliansyah², Nurjanah³, Feni Kurnia⁴, Rifki Hanif Setiawan⁵, Sindy Sataroh⁶

¹⁻² Program Studi Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

³⁻⁶ Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

*Penulis Korespondensi: sumarno@unmuhbabel.ac.id

Article History:

Naskah Masuk: 22 April 2026;

Revisi: 25 Mei 2026;

Diterima: 27 Juni 2026;

Terbit: 30 Juni 2026;

Keywords: Canva; Digital Marketing; Digital Transformation; Financial Management; MSMEs.

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in promoting economic growth and improving community welfare. Nevertheless, many MSME owners in Terak Village, Central Bangka Regency, continue to face challenges in financial management, marketing, and the use of digital technology for business promotion. This community service program aimed to strengthen the capacity of MSME owners through training in basic financial management, marketing strategies, and digital promotional media development using Canva. The program employed a participatory approach consisting of needs assessment, material delivery, hands-on practice, mentoring, and evaluation. Participants were MSME owners in Terak Village. The results indicated increased participant understanding of basic financial recordkeeping, marketing strategy development, and digital promotional content creation. Participants were also able to design more attractive and informative promotional materials using Canva. The program demonstrated that practical, technology-based training can improve MSME owners' knowledge and skills in managing and promoting their businesses. This initiative is expected to support the digital transformation of MSMEs, strengthen competitiveness, increase promotional effectiveness, and contribute to sustainable business development in the local community.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemilik UMKM di Desa Terak, Kabupaten Bangka Tengah, masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan keuangan, pemasaran produk, dan pemanfaatan teknologi digital untuk kegiatan promosi. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pemilik UMKM melalui pelatihan pengelolaan keuangan dasar, strategi pemasaran, dan pengembangan media promosi digital menggunakan aplikasi Canva. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi identifikasi kebutuhan, penyampaian materi, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi. Peserta kegiatan merupakan pemilik UMKM di Desa Terak, Kabupaten Bangka Tengah. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta dalam pencatatan keuangan dasar, penyusunan strategi pemasaran, serta pembuatan konten promosi digital. Peserta juga mampu merancang materi promosi yang lebih menarik dan informatif menggunakan Canva. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik dan teknologi dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemilik UMKM dalam mengelola serta mempromosikan usaha. Program ini diharapkan dapat mendukung transformasi digital, meningkatkan daya saing, efektivitas promosi, dan keberlanjutan usaha UMKM di masyarakat.

Kata Kunci: Canva; Manajemen Keuangan; Pemasaran Digital; Transformasi Digital; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, UMKM mendominasi lebih dari 99% struktur pelaku usaha dan menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Selain berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga berperan penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat serta mengurangi tingkat pengangguran. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM menjadi salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024)

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong terjadinya transformasi digital pada berbagai sektor usaha, termasuk UMKM. Transformasi digital tidak hanya mengubah cara pelaku usaha memasarkan produk, tetapi juga memengaruhi sistem pengelolaan keuangan, komunikasi dengan pelanggan, hingga pengambilan keputusan bisnis. Menurut Karim & Asrani (2024), pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing UMKM. Sementara itu, Nurhasanah & Sukardi (2024) menyatakan bahwa literasi digital merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan UMKM mengadopsi teknologi sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha.

Meskipun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital UMKM masih menghadapi sejumlah tantangan. Budiarti et al (2024) menjelaskan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam pengelolaan keuangan, penyusunan strategi pemasaran, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Temuan tersebut diperkuat oleh Putri et al. (2024) yang menyatakan bahwa rendahnya kemampuan membuat konten promosi digital menyebabkan promosi produk UMKM kurang menarik sehingga berdampak pada terbatasnya jangkauan pemasaran. Selain itu, Nugroho et al. (2025) menegaskan bahwa penguatan kapasitas UMKM melalui pelatihan digital marketing dan desain visual berbasis Canva mampu meningkatkan kualitas promosi serta memperkuat identitas merek (*branding*) produk lokal.

Beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya umumnya berfokus pada satu aspek tertentu, seperti pelatihan digital marketing, pelatihan penggunaan Canva, atau pelatihan manajemen keuangan secara terpisah (Karim & Asrani, 2024; Putri et al., 2024; Nugroho et al., 2025). Pendekatan tersebut telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi pelaku UMKM. Namun, masih sedikit kegiatan pengabdian yang mengintegrasikan ketiga aspek tersebut, yaitu manajemen keuangan sederhana, strategi pemasaran, dan desain promosi

digital berbasis Canva, dalam satu program pelatihan yang komprehensif. Padahal, ketiga aspek tersebut saling berkaitan dan menjadi faktor penting dalam mendukung transformasi digital UMKM secara berkelanjutan. Kondisi inilah yang menjadi celah (*gap*) sekaligus dasar pengembangan program pengabdian ini.

Hasil observasi awal di Desa Terak, Kabupaten Bangka Tengah, menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usahanya secara konvensional. Pencatatan keuangan belum dilakukan secara sistematis dan masih mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan pribadi sehingga pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengetahui arus kas, menghitung keuntungan, maupun mengevaluasi perkembangan usaha. Dari aspek pemasaran, promosi masih didominasi oleh metode dari mulut ke mulut serta penggunaan media sosial yang belum didukung oleh konten promosi yang menarik dan konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih memerlukan pendampingan untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan pengelolaan usaha.

Salah satu aplikasi yang mudah digunakan untuk mendukung promosi digital adalah Canva. Aplikasi ini menyediakan berbagai template desain yang memungkinkan pelaku UMKM membuat poster, katalog, brosur digital, dan konten media sosial secara mandiri tanpa harus memiliki kemampuan desain grafis yang tinggi. Menurut (Alamsyah, 2024) penggunaan Canva dapat meningkatkan kualitas visual promosi sehingga lebih efektif dalam menarik perhatian konsumen. Dengan demikian, pemanfaatan Canva menjadi salah satu solusi yang relevan untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian melaksanakan program Transformasi Digital UMKM melalui Pelatihan Manajemen Keuangan Sederhana, Strategi Pemasaran, dan Desain Promosi Berbasis Canva di Desa Terak, Kabupaten Bangka Tengah. Program ini dirancang sebagai pendekatan terpadu yang mengombinasikan peningkatan kapasitas pengelolaan keuangan, penyusunan strategi pemasaran, serta keterampilan membuat media promosi digital dalam satu rangkaian pelatihan dan pendampingan. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan solusi yang lebih komprehensif dibandingkan pelatihan yang hanya berfokus pada satu aspek.

Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan usaha secara sederhana, menyusun strategi pemasaran yang efektif, serta memanfaatkan aplikasi Canva sebagai media promosi digital. Selain memberikan manfaat praktis bagi peserta, kegiatan ini juga diharapkan dapat memperkuat transformasi digital UMKM, meningkatkan daya saing produk lokal, serta menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis penguatan kapasitas usaha yang dapat direplikasi pada wilayah lain

dengan karakteristik yang serupa.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan di Desa Terak, Kabupaten Bangka Tengah dengan sasaran utama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Metode yang digunakan adalah pelatihan partisipatif (participatory training) yang dipadukan dengan pendampingan (mentoring). Pendekatan ini dipilih karena mampu mendorong keterlibatan aktif peserta selama proses pembelajaran sehingga materi yang diberikan tidak hanya dipahami secara konseptual, tetapi juga dapat diterapkan secara langsung dalam pengelolaan usaha. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara bertahap mulai dari observasi hingga evaluasi sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.

Observasi

Tahap observasi merupakan langkah awal untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi pelaku UMKM di Desa Terak. Observasi dilakukan melalui kunjungan lapangan, wawancara, dan diskusi dengan pelaku usaha serta pemerintah desa guna mengidentifikasi potensi usaha, karakteristik peserta, dan berbagai kendala yang dihadapi dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memiliki produk yang berpotensi untuk dikembangkan, namun masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan administrasi usaha, pencatatan keuangan, pemasaran produk, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi. Hasil observasi ini menjadi dasar dalam menentukan bentuk intervensi yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

Identifikasi Masalah UMKM

Tahap identifikasi masalah dilakukan melalui analisis terhadap data hasil observasi dan diskusi bersama mitra. Analisis ini bertujuan untuk menentukan permasalahan utama yang menjadi prioritas penyelesaian dalam kegiatan pengabdian.

Hasil identifikasi menunjukkan beberapa permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM, yaitu belum adanya pencatatan keuangan yang sistematis, masih tercampurnya keuangan usaha dengan keuangan pribadi, rendahnya kemampuan menyusun strategi pemasaran, serta terbatasnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Selain itu, sebagian besar pelaku usaha belum memiliki identitas visual produk yang menarik sehingga promosi masih dilakukan secara sederhana melalui komunikasi dari mulut ke mulut atau media sosial tanpa perencanaan konten yang baik.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas pelaku UMKM tidak hanya diperlukan pada aspek pemasaran, tetapi juga pada pengelolaan usaha secara menyeluruh sehingga diperlukan program pelatihan yang terintegrasi.

Penyusunan Materi

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, tim pengabdian menyusun materi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan peserta. Penyusunan materi dilakukan secara sistematis dengan mengutamakan pendekatan aplikatif sehingga mudah dipahami dan diterapkan oleh pelaku UMKM.

Materi pelatihan terdiri atas tiga pokok bahasan, yaitu manajemen keuangan sederhana bagi UMKM, strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk, serta pelatihan pembuatan media promosi digital menggunakan aplikasi Canva.

Selain materi pelatihan, tim juga menyusun modul, bahan presentasi, lembar praktik pembukuan sederhana, contoh strategi pemasaran, contoh desain promosi digital, serta instrumen evaluasi kegiatan. Tahap ini juga mencakup koordinasi dengan pemerintah desa terkait jadwal kegiatan, lokasi pelaksanaan, peserta, serta kebutuhan sarana dan prasarana sehingga pelaksanaan kegiatan dapat berjalan secara efektif.

Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui metode ceramah interaktif, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung. Kombinasi metode tersebut bertujuan meningkatkan pemahaman peserta sekaligus memberikan pengalaman belajar yang aplikatif sehingga peserta mampu mengimplementasikan materi dalam kegiatan usahanya.

Pada sesi pertama, peserta memperoleh materi mengenai manajemen keuangan sederhana yang meliputi pentingnya pemisahan keuangan usaha dan pribadi, pencatatan transaksi harian, pengelolaan arus kas, serta penyusunan laporan keuangan sederhana sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

Sesi berikutnya membahas strategi pemasaran, meliputi identifikasi target pasar, penentuan keunggulan produk (value proposition), penyusunan strategi promosi, serta pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran digital. Peserta juga berdiskusi mengenai tantangan pemasaran yang dihadapi serta strategi yang dapat diterapkan sesuai karakteristik usaha masing-masing.

Selanjutnya, peserta mengikuti demonstrasi penggunaan aplikasi Canva sebagai media desain promosi digital. Tim pengabdian memperagakan proses pembuatan poster promosi, katalog produk, feed media sosial, hingga brosur digital. Setelah demonstrasi, peserta melakukan praktik secara mandiri dengan pendampingan dari tim sehingga setiap peserta

mampu menghasilkan desain promosi sesuai dengan produk yang dimiliki.

Pendampingan

Tahap pendampingan dilakukan untuk memastikan seluruh materi yang telah diberikan dapat diimplementasikan oleh peserta dalam kegiatan usahanya. Pendampingan dilakukan melalui konsultasi, diskusi, bimbingan teknis, dan evaluasi terhadap hasil praktik peserta.

Tim pengabdian mendampingi peserta dalam menyusun pembukuan sederhana, memperbaiki strategi pemasaran, menyempurnakan desain promosi digital, serta memberikan masukan mengenai pengelolaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Pendampingan juga diarahkan untuk meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sehingga mampu mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan kegiatan dan tingkat ketercapaian tujuan pengabdian. Evaluasi dilaksanakan melalui observasi, diskusi, sesi tanya jawab, serta penilaian terhadap hasil praktik peserta. Selain itu, peserta juga diberikan kesempatan untuk menyampaikan tanggapan dan saran sebagai bahan penyempurnaan program pengabdian di masa mendatang.

Indikator keberhasilan kegiatan meliputi meningkatnya pemahaman peserta mengenai manajemen keuangan sederhana, meningkatnya kemampuan dalam menyusun strategi pemasaran, meningkatnya keterampilan membuat media promosi digital menggunakan Canva, tersusunnya media promosi yang siap digunakan sebagai sarana pemasaran, serta meningkatnya motivasi peserta untuk menerapkan transformasi digital dalam pengembangan usahanya.



Gambar 1. Bagan Alur Kegiatan Pelatihan Manajemen Keuangan, Strategi Pemasaran, dan Desain Promosi Berbasis Canva di Desa Terak

3. HASIL

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan kepada 25 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di Desa Terak, Kabupaten Bangka Tengah. Peserta merupakan pemilik usaha mikro yang bergerak pada bidang makanan dan minuman dengan karakteristik usaha yang masih dikelola secara sederhana. Seluruh peserta mengikuti rangkaian kegiatan mulai dari penyampaian materi, diskusi, demonstrasi, praktik langsung, hingga pendampingan. Pendekatan partisipatif yang diterapkan bertujuan agar peserta tidak hanya memahami materi secara konseptual, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam pengelolaan usaha sehari-hari. Pendekatan serupa juga digunakan dalam beberapa kegiatan pengabdian kepada UMKM, di mana pelatihan yang disertai praktik dan pendampingan memberikan kesempatan kepada peserta untuk langsung menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam kegiatan usahanya (Putrawangsa et al., 2025).

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai pentingnya transformasi digital sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Pada sesi ini, peserta diberikan pemahaman mengenai perubahan perilaku konsumen, pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran, serta perlunya pengelolaan usaha yang lebih profesional agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Diskusi awal menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah menggunakan telepon pintar untuk komunikasi, namun belum memanfaatkannya secara optimal sebagai media pemasaran dan pengembangan usaha. Hal ini sejalan dengan Sari et al. (2026) yang menunjukkan bahwa pendampingan dan pelatihan pemanfaatan media sosial dapat membantu pelaku UMKM memahami penggunaan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran dan pengembangan usaha.

Materi berikutnya membahas manajemen keuangan sederhana yang difokuskan pada pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha, pencatatan transaksi harian, pengelolaan arus kas, serta penyusunan laporan keuangan sederhana. Tujuan pelatihan dan pendampingan manajemen keuangan sederhana ini diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman pelaku UMKM mengenai pencatatan dan pengelolaan keuangan usaha (Ngamal et al., 2026). Selama sesi berlangsung, peserta diberikan contoh format pembukuan yang mudah diterapkan sesuai dengan skala usaha masing-masing. Melalui praktik langsung, peserta mulai memahami bahwa pencatatan keuangan yang baik merupakan dasar dalam pengambilan keputusan usaha, evaluasi perkembangan bisnis, serta perencanaan usaha di masa mendatang.



Gambar 2. Proses Kegiatan Pelatihan Manajemen Keuangan, Strategi Pemasaran, dan Desain Promosi Berbasis Canva di Desa Terak

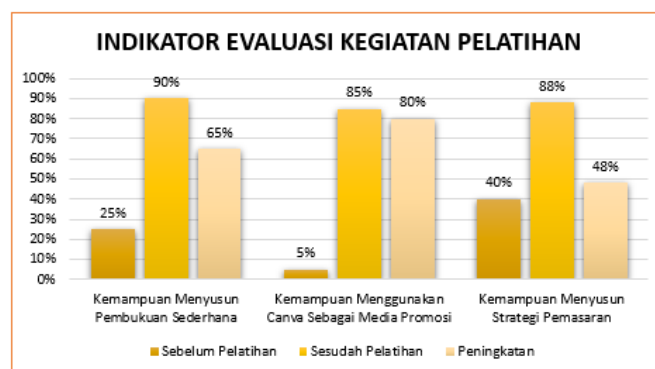
Selanjutnya, peserta memperoleh pelatihan mengenai strategi pemasaran yang mencakup identifikasi target pasar, penyusunan nilai tambah produk (*value proposition*), penentuan media promosi yang sesuai, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Diskusi interaktif menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut sehingga pelatihan ini memberikan wawasan baru mengenai pentingnya pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Penggunaan media digital menjadi semakin penting bagi UMKM karena memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa hanya bergantung pada pemasaran secara konvensional. Ramadhan et al. (2025) juga menekankan pentingnya pemahaman strategi pemasaran dan pemanfaatan media sosial dalam membantu pelaku UMKM mengembangkan kegiatan pemasarannya.

Sebagai bentuk implementasi transformasi digital, peserta mengikuti pelatihan penggunaan aplikasi Canva untuk membuat media promosi produk. Pada sesi ini, tim pengabdian mendemonstrasikan cara membuat poster promosi, katalog produk, dan konten media sosial menggunakan berbagai template yang tersedia pada aplikasi Canva. Selanjutnya, peserta mempraktikkan pembuatan desain promosi sesuai dengan produk yang dimiliki. Hasil praktik menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menghasilkan desain promosi yang lebih menarik, informatif, dan siap dipublikasikan melalui berbagai platform media sosial. Hasil tersebut sejalan dengan kegiatan Putrawangsa et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan Canva melalui kombinasi penyampaian materi, praktik, dan pendampingan dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam membuat materi promosi visual. Temuan serupa juga terlihat pada kegiatan Fatimahazzahroh et al. (2025) yang menggunakan pelatihan dan pendampingan Canva untuk membantu pelaku UMKM menghasilkan konten promosi digital.

4. DISKUSI

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta dalam mengikuti diskusi, mengajukan pertanyaan, berbagi pengalaman usaha, serta menyampaikan berbagai kendala yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Interaksi yang terjalin selama pelatihan menciptakan suasana belajar yang kolaboratif sehingga proses transfer pengetahuan berlangsung secara efektif. Antusiasme peserta juga terlihat dari keterlibatan mereka pada setiap sesi praktik dan pendampingan hingga seluruh rangkaian kegiatan selesai.

Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi selama kegiatan, pelaksanaan pengabdian memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kemampuan peserta dalam menyusun pembukuan sederhana meningkat dari 25% menjadi 90%, kemampuan memanfaatkan aplikasi Canva sebagai media promosi meningkat dari 5% menjadi 85%, sedangkan kemampuan menyusun strategi pemasaran meningkat dari 40% menjadi 88%. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa metode pelatihan partisipatif yang dipadukan dengan pendampingan mampu meningkatkan kompetensi peserta secara signifikan dalam aspek pengelolaan usaha dan pemasaran digital.



Gambar 3. Diagram Hasil Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan manajemen keuangan, strategi pemasaran, dan desain promosi digital merupakan pendekatan yang efektif dalam mendukung transformasi digital UMKM. Pendampingan yang diberikan selama proses pelatihan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan diri peserta untuk menerapkan ilmu yang diperoleh secara mandiri dan berkelanjutan. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dilakukan secara berkala dengan cakupan peserta yang lebih luas agar manfaatnya dapat dirasakan oleh lebih banyak pelaku UMKM serta memberikan kontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal di Kabupaten Bangka Tengah.



Gambar 4. Foto Bersama Narasumber, Tim dan Peserta Pelatihan

5. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan kepada 25 pelaku UMKM sektor kuliner di Desa Terak, Kabupaten Bangka Tengah berhasil meningkatkan kapasitas peserta dalam aspek manajemen keuangan sederhana, strategi pemasaran, dan pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media promosi digital. Pendekatan pelatihan partisipatif yang dipadukan dengan pendampingan memberikan pengalaman belajar yang aplikatif sehingga peserta mampu menerapkan materi secara langsung dalam pengelolaan usahanya.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta pada seluruh indikator yang diukur. Kemampuan menyusun pembukuan sederhana meningkat dari 25% menjadi 90%, kemampuan menggunakan aplikasi Canva sebagai media promosi meningkat dari 5% menjadi 85%, sedangkan kemampuan menyusun strategi pemasaran meningkat dari 40% menjadi 88%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa program pelatihan mampu mendukung transformasi digital UMKM serta meningkatkan kesiapan pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya secara lebih profesional dan berdaya saing.

Ke depan, kegiatan serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan melalui pendampingan lanjutan, penguatan pemasaran digital berbasis media sosial dan marketplace, serta evaluasi berkala terhadap implementasi hasil pelatihan. Dengan demikian, upaya pemberdayaan UMKM tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap peningkatan produktivitas, perluasan pasar, dan keberlanjutan usaha di Desa Terak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Pemerintah Desa Terak, pelaku UMKM Desa Terak, serta seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung atas dukungan dalam penyelenggaraan kegiatan sehingga dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Alamsyah, A. I. S. (2024). Peran aplikasi Canva dalam mendukung UMKM bersaing di era digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), 343–350.
- Budiarti, L., Mellinia, S. P., Fadhila, L. S., Su'daa, S. N., Zaen, M. R., & Noviyanti, S. E. (n.d.). Digital marketing sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM di era digital. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(2), 435–453.
- Fatimahazzahroh, N., Naufal, M. A., Hidayatullah, F., & Lusianti, D. (2025). Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM melalui Konten Promosi Menggunakan Canva di Desa Kajar. *SANDIMAS: Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 1478–1487.
- Karim, A., & Asrani, D. (2024). Pemanfaatan aplikasi Canva untuk meningkatkan promosi produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 279–285.
- Ngamal, Y., Perajaka, M. A., & Nami, Y. J. (2026). Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Pelatihan Manajemen Keuangan Sederhana di Distrik X. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(3), 17063–17069.
- 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).
- Nurhasanah, A., & Sukardi, Y. O. (2024). Systematic Literatur Review: Peran Digital Marketing Dalam Pertumbuhan UMKM di Indonesia. . *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Entrepreneurship*, 1(1), 1–16.
- Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Tahun 2024, Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2024).
- Putrawangsa, D., Marhadi, A. I. M., Rudyanto, P. B. J., & Geraldus, H. (2025). Pelatihan Canva untuk Peningkatan Branding Visual UMKM di Kabupaten Bandung. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 6(4), 1991–2000.
- Putri, M. A., Andrianto, L., Fadhilah, N., & Fadhilah, N. (2024). Pelatihan digital marketing melalui aplikasi Canva untuk menunjang nilai tambah UMKM di Kelurahan Kedungkandang, Malang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 49126–49134.
- Ramadhan, A., saputra, wiran uyung, Amalia, R., Amalia, R., Indah, Sari, S. R., sasmita, E., iman, M. R. H., Jumriani, & Surianti. (2025). PENYULUHAN TENTANG STRATEGI PEMASARAN YANG EFEKTIF. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Lamappapoleonro*, 3(2), 1–5.
- Sari, K., Agustin, S. K., & Asri, H. R. (2026). Transformasi Digital UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 23300–23311.