

Pemanfaatan Canva Sebagai *e-Katalog* Dalam Meningkatkan Visibilitas Dan Kehadiran Toko Zaidan di Dunia Digital

Moh. Alfandi¹, Maya Fransiska Ribie², Maula Lailatul Fitria³, Meyla Tri Wahyuni⁴, Arif Zunaidi⁵, Mochamad Alvido Zakaria⁶, Islamiati Hidayah⁷

IAIN Kediri

fransiskaribiemaya@gmail.com², arifzunaidi@iainkediri.ac.id⁵, rohmanvedo@gmail.com⁶

Kilas Artikel

Volume 1 Issue 3
September 2023

Article History

Submission: 24-08-2023

Revised: 29-08-2023

Accepted: 25-09-2023

Published: 30-09-2023

Kata Kunci:

Canva, e-Katalog, Dunia Digital, Visibilitas, UMKM

Keywords:

Canva, e-Catalog, Digital World, Visibility, MSMEs.



Welfare Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan bagi konsumen dalam berbelanja produk dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pemanfaatan platform Canva sebagai e-Katalog. Metode pengabdian meliputi pelatihan dan pendampingan kepada UMKM dalam penggunaan Canva untuk membuat e-Katalog yang menarik dan informatif. Selain itu, konsumen juga diberikan panduan penggunaan e-Katalog untuk memudahkan mereka dalam memilih dan memesan produk. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam aksesibilitas produk UMKM melalui platform digital. Konsumen dapat dengan mudah mengakses e-Katalog, menelusuri produk, dan melakukan transaksi secara online. UMKM juga mengalami peningkatan penjualan dan eksposur melalui pemanfaatan teknologi ini. Dengan demikian, pengabdian ini berhasil memperluas jangkauan pasar bagi UMKM dan mempermudah konsumen dalam berbelanja produk lokal. Inisiatif ini mempromosikan pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM dalam era digital saat ini.

Abstract

This service aims to increase accessibility and convenience for consumers when shopping for products from micro, small, and medium enterprises (MSMEs) through the use of the Canva platform as an e-catalog. The service method includes training and assistance for MSMEs in using Canva to create interesting and informative e-catalogs. Apart from that, consumers are also given a guide to using the e-Catalog to make it easier for them to choose and order products. The results of this service show a significant increase in the accessibility of MSME products via digital platforms. Consumers can easily access the e-catalog, browse products, and make transactions online. MSMEs also experience increased sales and exposure through the use of this technology. In this way, this service has succeeded in expanding market reach for MSMEs and making it easier for consumers to shop for local products. This initiative promotes the growth and sustainability of MSMEs in today's digital era.

Korespondensi:

Mochamad Alvido Zakaria
rohmanvedo@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% dari produk domestik bruto (PDB) negara ini. Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam menghadapi era digital yang semakin berkembang pesat. Salah satu kendala yang dihadapi oleh sebagian besar UMKM adalah aksesibilitas dan visibilitas produk mereka di *platform digital* (Dedi Purwana, 2017).

Toko Zaidan "Pusat Oleh-oleh Haji dan Umrah" adalah salah satu UMKM yang mengalami kesulitan dalam memanfaatkan potensi dari platform digital. Meskipun mereka menawarkan berbagai produk berkualitas tinggi untuk kebutuhan perjalanan haji dan umrah, toko ini belum sepenuhnya memanfaatkan keuntungan dari eksistensi online.

Di tengah pandemi global dan pergeseran perilaku konsumen ke arah belanja *online*, penting bagi UMKM seperti toko Zaidan untuk memanfaatkan teknologi dengan cara yang inovatif dan efektif. Inilah mengapa penggunaan Canva sebagai alat untuk membuat e-Katalog menarik dan informatif menjadi solusi yang menjanjikan.

Tujuan utama dari pengabdian ini adalah meningkatkan visibilitas dan kehadiran toko Zaidan dalam dunia digital. Dengan memanfaatkan *e-Katalog* yang menarik dan informatif, diharapkan toko ini akan lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen di berbagai platform online. Selain itu, penyusunan *e-Katalog* yang terstruktur dengan baik juga bertujuan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih lancar dan efisien bagi konsumen, memudahkan mereka dalam memilih produk yang mereka butuhkan.

Melalui pemanfaatan teknologi Canva, pengabdian ini juga berfokus pada tujuan mendorong pertumbuhan penjualan bagi toko Zaidan. Dengan memperluas jangkauan pasar ke *platform digital*, harapannya adalah peningkatan signifikan dalam jumlah penjualan produk. Hal ini akan memiliki dampak positif terhadap perkembangan bisnis dan ekonomi lokal, menciptakan peluang bagi pertumbuhan yang berkelanjutan.

Selain itu, pengabdian ini juga memiliki tujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik UMKM toko Zaidan dalam menggunakan Canva sebagai alat untuk membuat e-Katalog. Dengan memberikan keterampilan ini, diharapkan mereka akan menjadi mandiri dalam mengelola dan memperbarui katalog produk mereka di masa depan. Ini akan memberikan manfaat jangka panjang bagi UMKM ini dalam mengelola aspek digital dari bisnis mereka sendiri.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, diharapkan pengabdian ini akan memberikan manfaat signifikan bagi UMKM toko Zaidan dalam mengoptimalkan potensi bisnis mereka di era digital. Selain itu, hal ini juga akan memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat melalui peningkatan daya saing dan pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan memanfaatkan teknologi seperti Canva, UMKM memiliki kesempatan untuk bersaing dan berkembang di pasar global yang semakin terhubung.

2. METODE

Metode pengabdian meliputi pelatihan dan pendampingan kepada UMKM dalam penggunaan Canva untuk membuat e-Katalog yang menarik dan informatif.

Pra Kegiatan

Sebelum pelaksanaan kegiatan utama, tim pengabdian akan melakukan persiapan awal, termasuk identifikasi kebutuhan spesifik UMKM toko Zaidan "Pusat Oleh-oleh Haji dan Umrah" dalam pembuatan e-Katalog. Ini termasuk pertemuan awal dengan pemilik usaha

untuk memahami produk yang akan dihighlight dan memutuskan fitur-fitur yang penting untuk disertakan dalam e-Katalog.

Kegiatan Pas Acara

1. Sesi Pelatihan Canva

Tim pengabdian akan memberikan pelatihan intensif kepada UMKM dalam penggunaan platform Canva untuk membuat e-Katalog. Ini akan mencakup navigasi di dalam Canva, penambahan gambar dan teks, pengaturan desain, dan pengelolaan proyek.

2. Praktek Langsung

Selama sesi pelatihan, UMKM akan memiliki kesempatan untuk mempraktekkan secara langsung penggunaan Canva untuk membuat e-Katalog mereka sendiri. Tim pengabdian akan memberikan bimbingan individual selama proses ini.

3. Pendampingan Individual

Setelah pelatihan, tim pengabdian akan memberikan sesi pendampingan individual kepada setiap anggota UMKM yang membutuhkan bantuan tambahan atau memiliki pertanyaan lebih lanjut terkait penggunaan Canva.

Kegiatan Setelah Acara

1. Pemantauan dan Evaluasi

Tim pengabdian akan melakukan pemantauan terhadap progres UMKM dalam menggunakan Canva untuk membuat e-Katalog. Evaluasi akan dilakukan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan bantuan tambahan atau perbaikan.

2. Sesi Konsultasi Tambahan

Jika diperlukan, tim pengabdian akan menyelenggarakan sesi konsultasi tambahan untuk membantu UMKM mengatasi hambatan atau kesulitan yang mungkin muncul selama penggunaan Canva.

3. Pengukuran Dampak

Tim pengabdian akan mengukur dampak dari pelatihan dan pendampingan ini melalui feedback dari UMKM dan melalui analisis data terkait peningkatan aksesibilitas produk dan transaksi online.

Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM toko Zaidan "Pusat Oleh-oleh Haji dan Umrah" akan dapat memanfaatkan Canva secara efektif untuk membuat e-Katalog yang menarik dan informatif, sehingga meningkatkan daya tarik produk dan memudahkan konsumen dalam berbelanja.

2. HASIL & PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat yang berlangsung selama satu bulan, mulai dari 15 Juli hingga 15 Agustus 2023, bertujuan untuk memanfaatkan platform Canva sebagai e-Katalog guna mempermudah konsumen dalam berbelanja produk di UMKM toko Zaidan "Pusat Oleh-oleh Haji dan Umrah". Melalui pengabdian ini, berfokus pada implementasi e-Katalog dengan menggunakan Canva. Awalnya, UMKM toko Zaidan memiliki keberadaan online yang minim bahkan hampir tidak ada. Namun, setelah satu bulan berlangsung, tim pengabdian berhasil melatih dan membimbing UMKM dalam penggunaan Canva untuk membuat e-Katalog yang menarik. E-Katalog tersebut mencakup berbagai produk yang ditawarkan oleh toko, lengkap dengan informasi seperti gambar, deskripsi, harga, dan cara memesan.

E-katalog adalah sebuah daftar lengkap koleksi yang tersimpan dalam sistem digital. Fungsi utama dari e-katalog adalah menyampaikan informasi tentang berbagai produk dan layanan kepada konsumen dengan cara yang dapat diakses secara elektronik. Prinsipnya, e-

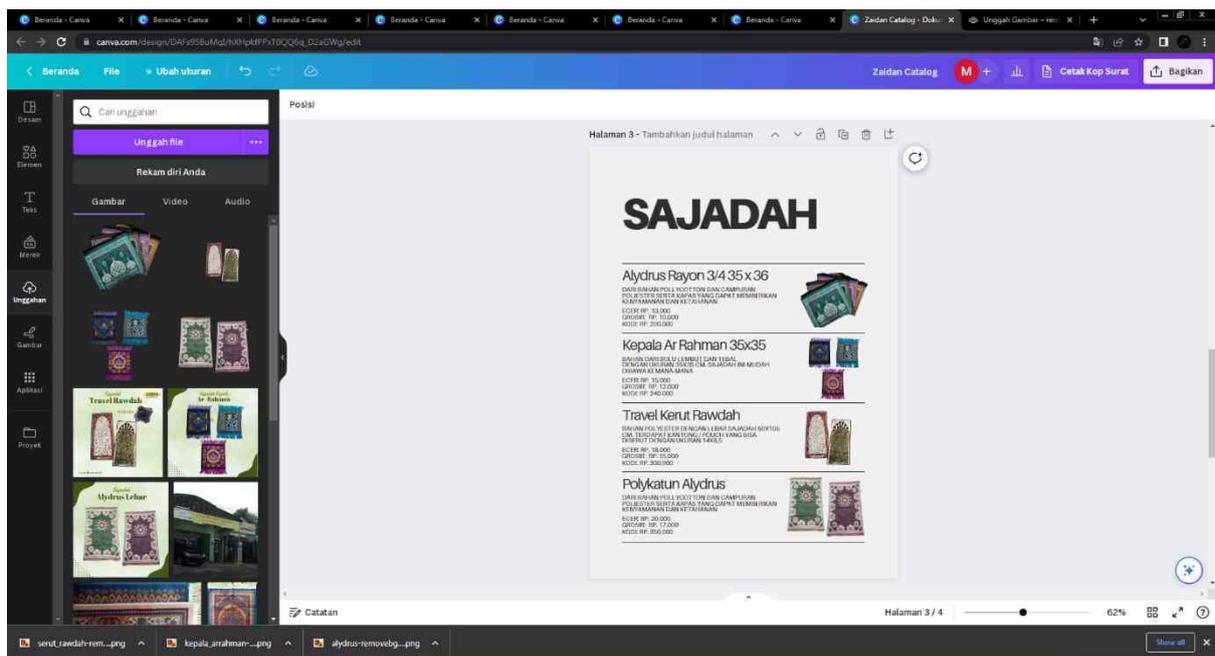
katalog berperan sebagai alat komunikasi yang efektif antara perusahaan dan pelanggan, memfasilitasi proses promosi produk dan jasa (Wahyu Hidayat, 2017).

E-katalog sendiri berbentuk digital, yang berarti informasi yang terkandung di dalamnya dapat diakses secara online. Ini menjadikannya sebagai media promosi yang efisien dan sumber informasi yang penting bagi konsumen yang ingin mengeksplorasi produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dengan e-katalog, perusahaan berharap dapat meningkatkan penjualan mereka dengan memancing minat konsumen.

Manfaat utama yang diberikan oleh penggunaan e-katalog dalam bisnis sangat beragam. Pertama-tama, e-katalog berfungsi sebagai alat promosi yang kuat, memungkinkan perusahaan untuk memamerkan produk dan jasanya kepada publik. Selain itu, e-katalog juga berperan sebagai sumber informasi yang lengkap tentang produk dan jasa yang tersedia, membantu konsumen dalam membuat keputusan yang lebih informan (Dinda Detia Nurul Farah, 2021).

Selain fungsi promosi dan informasi, e-katalog juga memiliki potensi untuk memengaruhi pengalaman konsumen. Dengan tampilan yang menarik dan informasi yang disajikan dengan baik, e-katalog dapat meningkatkan daya tarik produk dan mendorong minat konsumen.

Penting juga untuk dicatat bahwa e-katalog membawa efisiensi dalam berkomunikasi dengan konsumen. Ini menghemat waktu dan usaha dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan, yang dapat berinteraksi dengan e-katalog kapan saja sesuai dengan kebutuhan mereka.



Gambar 1. Isi e-katalog yang sudah jadi.

Tidak hanya itu, e-katalog juga dapat digunakan sebagai alat pembandingan antara produk satu dengan yang lainnya. Ini memungkinkan konsumen untuk melihat perbandingan produk secara langsung, membantu mereka dalam membuat keputusan yang lebih baik sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Dalam konteks bisnis, menggunakan e-katalog memiliki sejumlah keuntungan. Pertama, perusahaan tidak perlu menyewa tempat fisik untuk menampilkan produk mereka, menghemat biaya dan memperluas jangkauan mereka secara online. E-katalog juga

memungkinkan perusahaan untuk memiliki rekam produk yang terdokumentasi dengan baik, memberikan gambaran yang jelas tentang evolusi produk seiring berjalannya waktu.

Dalam hal efisiensi, e-katalog memberikan fleksibilitas kepada perusahaan karena informasi dapat diakses kapan saja dan di mana saja, tidak terikat oleh batasan waktu atau lokasi fisik. Ini membuat proses promosi dan penjualan lebih efisien dan mengikuti perkembangan teknologi informasi.

Penerapan e-Katalog dengan Canva merupakan tonggak penting dalam memperluas keberadaan online UMKM. Dengan adanya e-Katalog, UMKM dapat menjangkau konsumen dengan lebih luas, terutama mereka yang mencari produk untuk keperluan ibadah Haji dan Umrah. Tidak hanya itu, e-Katalog juga memberikan tampilan yang lebih profesional dan informatif, yang jauh lebih baik dibandingkan dengan tampilan sebelumnya yang sangat terbatas.

Selain itu, pemanfaatan e-Katalog Canva juga menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam aksesibilitas produk dari UMKM toko Zaidan. Konsumen sekarang dapat dengan mudah mengakses e-Katalog melalui situs web UMKM, yang menyajikan informasi terperinci tentang produk dan memungkinkan mereka untuk melakukan pemesanan secara online. Peningkatan aksesibilitas produk adalah salah satu manfaat utama dari pengabdian ini, karena sebelumnya, konsumen harus datang langsung ke toko fisik untuk melihat produk. Sekarang, mereka dapat melihat dan memilih produk dari kenyamanan rumah mereka sendiri. Hal ini membantu UMKM untuk tetap bersaing dalam era bisnis online yang semakin kompetitif.

Dalam periode pengabdian, UMKM toko Zaidan juga mencatat peningkatan yang signifikan dalam penjualan online mereka. Banyak konsumen yang memilih untuk melakukan pemesanan melalui e-Katalog, yang sebelumnya hampir tidak pernah terjadi. Peningkatan penjualan online ini menunjukkan bahwa pengabdian ini berhasil mencapai tujuannya dalam mempermudah konsumen dalam berbelanja produk secara online melalui e-Katalog, sehingga UMKM mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan.

Selain dari peningkatan penjualan, pemanfaatan e-Katalog juga telah meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk-produk berkualitas yang ditawarkan oleh UMKM toko Zaidan. Konsumen sekarang memiliki akses yang lebih baik ke informasi produk dan deskripsi yang memadai. Peningkatan kesadaran konsumen ini adalah faktor penting dalam mempromosikan produk UMKM, karena dengan e-Katalog yang informatif, konsumen memiliki lebih banyak informasi tentang produk sebelum mereka melakukan pembelian. Hal ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM.

Dampak dari pengabdian ini diukur melalui feedback yang diberikan oleh UMKM dan data terkait peningkatan penjualan serta eksposur online. Data yang diperoleh menunjukkan peningkatan penjualan online yang signifikan selama periode pengabdian. UMKM memberikan umpan balik positif tentang manfaat penggunaan Canva sebagai alat untuk membuat e-Katalog. Hal ini mengindikasikan bahwa pengabdian ini berhasil mencapai tujuannya dalam memperluas keberadaan online UMKM dan meningkatkan penjualan mereka.

Secara keseluruhan, pengabdian ini memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM dan konsumen. UMKM toko Zaidan "Pusat Oleh-oleh Haji dan Umrah" mengalami peningkatan penjualan, eksposur online yang lebih luas, serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk-produk berkualitas yang mereka tawarkan. Konsumen juga merasakan kemudahan dalam melihat dan memilih produk secara online, serta memiliki

akses yang lebih lengkap terhadap informasi produk. Dengan demikian, pemanfaatan platform Canva sebagai e-Katalog telah membawa manfaat yang positif bagi UMKM toko Zaidan dan konsumen, dan menunjukkan potensi besar dari pendekatan ini dalam mendukung pertumbuhan bisnis UMKM di era digital saat ini.

3. KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat ini berhasil memanfaatkan platform Canva untuk menciptakan e-Katalog yang membantu UMKM toko Zaidan "Pusat Oleh-oleh Haji dan Umrah" dalam memperluas keberadaan online mereka dan meningkatkan penjualan produk. Dengan meningkatnya aksesibilitas produk, peningkatan penjualan online, dan peningkatan kesadaran konsumen, pengabdian ini memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM dan konsumen. Ini juga menunjukkan potensi positif dalam memanfaatkan teknologi dan alat desain seperti Canva untuk mendukung pertumbuhan bisnis UMKM dalam era digital saat ini.

4. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami, sebagai kelompok penyusun, ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Islamiati Hidayah, S.A., M. Akun, selaku dosen pembimbing kami dalam pelaksanaan dan penyusunan Laporan Praktik Bisnis Syariah (PBS). Bimbingan dan arahan Ibu selama proses ini telah memberikan panduan yang sangat berharga bagi kami, membantu kami mengatasi berbagai tantangan, dan memperluas pemahaman kami tentang Bisnis Syariah. Terima kasih juga kepada Pak Maghfur dan Pak Inas, yang telah menjadi pembimbing lapangan kami di UMKM Pusat Oleh-Oleh Haji Dan Umroh selama pelaksanaan kerja Praktik Bisnis Syariah. Bimbingan dan pengalaman praktis yang mereka berikan telah memberikan wawasan yang berharga tentang dunia bisnis dan praktik bisnis syariah. Kami sangat berterima kasih atas kontribusi berharga dari Ibu Islamiati Hidayah, Pak Maghfur, dan Pak Inas dalam mendukung kami dalam menggapai pemahaman yang lebih mendalam tentang Praktik Bisnis Syariah. Terima kasih atas dedikasi dan bimbingan yang luar biasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, A., Rohmah, I. Y. A., Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi: Peluang dan Tantangan*. Pustaka Peradaban.
- Astuti, T. (2016). *Bisnis Berkah dan Sukses Bermodal Katalog*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dedi Purwana ES, Rahmi, Aditya S. (n.d.). *Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)*. 2017.
- Dendry Rizki, Diana Suksesiwaty Lubis. (2023). Perancangan Desain E-katalog Sebagai Media Promosi dalam Menjunjung Daya Beli Konsumen pada UMKM Novi Grosir Medan Menggunakan Aplikasi Photoshop. *Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, Vol. VII, No. 1.
- Dinda Detia Nurul Farah , Arie Indra Gunawan, Moh. Farid Najib. (2021). Perancangan Aktifitas Pemasaran UMKM Percetakan Melalui Media Katalog. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. VIII, No. 1.

- Khafi Puddin, dkk. (2020). *Digital Marketing Untuk Pelaku UMKM*. Medan: Economic & Business Publishing.
- Suprayitno, N. F., & Rachmat, Z. (2023). Pelatihan Start Up KEDIP dan Up Skill Scale Program Dalam upaya Upgrading UMKM Desa Beralih ke Digital . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 207-212. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.562>
- Nugraha, B. B., Khasanah, D. U., Rafif, M., Fadilah, R. A. N., & Azizah, R. (2023). Pendampingan Pemasaran Digital Pada UMKM Konveksi Aura Desa Kayen Lor Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri . *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 235-241. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/433>
- Suriyati, S., Putri, F. T. A., & Irmayanti, I. (2023). Pendampingan Strategi Pemasaran secara Online pada Home Industry Rengginang di Desa Padaelo, Kajuara, Bone, Sulawesi Selatan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 56-61. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i1.364>
- Rachmawati, F. (2018). *Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pahlawan Ekonomi Surabaya*. Surabaya.
- Wahyu Hidayat, d. (2016). *Media Visual Berbentuk Katalog Produk Sebagai Media Promosi*. Vol.2 No.2.