

Sosialisasi Penggunaan Canva dan *Money Manager* pada Pelaku Usaha UMKM sebagai Adaptasi Era Digital AI

M Gelar Faisal^{1*}, Faiz Khaldun², Diah Nurdiana³

^{1,2}Universitas Islam Jakarta, Indonesia

³Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957, Indonesia

E-mail: gelarfaisal10@gmail.com

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7337>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 27 Jun 2026

Revised: 03 Jul 2026

Accepted: 09 Jul 2026

Kata Kunci:

Canva, Money Manager; UMKM, Literasi Digital, Kecerdasan Artifisial.

Keywords:

Canva, Money Manager; MSEM, Digital Literacy, Artificial Intelligence.



ABSTRACT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pelaku UMKM melalui sosialisasi penggunaan Canva dan *Money Manager* sebagai bentuk adaptasi terhadap era digital berbasis *artificial intelligence* (AI). Kegiatan dilaksanakan secara daring dengan melibatkan pelaku UMKM dari berbagai daerah di Indonesia. Metode pelaksanaan terdiri atas tahap persiapan, pengantar digitalisasi UMKM, sosialisasi Canva, praktik pembuatan desain promosi, sosialisasi Money Manager, praktik pencatatan transaksi, penguatan adaptasi AI, serta evaluasi dan tindak lanjut. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya promosi digital yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakter produk. Melalui Canva, peserta mampu membuat desain promosi sederhana yang dapat digunakan pada media sosial usaha. Kendala yang ditemukan meliputi perbedaan tingkat literasi digital, keterbatasan perangkat, dan kualitas jaringan internet. Namun, kegiatan tetap berjalan efektif karena materi disampaikan secara praktis dan disertai pendampingan langsung. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa integrasi Canva, *Money Manager*, dan pengenalan AI dapat menjadi model pengabdian yang relevan untuk meningkatkan kapasitas digital UMKM.

This community service initiative aims to enhance the digital literacy of MSME owners by introducing Canva and Money Manager as tools for adapting to the AI-driven digital era. The activity was conducted online, involving MSME owners from various regions across Indonesia. The implementation process comprised several stages: preparation, an introduction to MSME digitalization, an overview of Canva and hands-on promotional design practice, an introduction to Money Manager and practical transaction recording, AI adaptation reinforcement, and finally, evaluation and follow-up. The results indicate that participants gained an understanding of the importance of digital promotions that are engaging, informative, and aligned with their product characteristics. Using Canva, participants were able to create simple promotional designs suitable for their business's social media channels. Challenges encountered included varying levels of digital literacy, device limitations, and internet connectivity issues. Nevertheless, the activity remained effective due to the practical delivery of material and the provision of direct guidance. The initiative concludes that integrating Canva, Money Manager, and AI awareness serves as a relevant model for enhancing the digital capacity of MSMEs.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: M Gelar Faisal, et al. (2026), Sosialisasi Penggunaan Canva dan Money Manager pada Pelaku Usaha UMKM sebagai Adaptasi Era Digital AI, 5(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7337>

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah cara pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) membangun relasi dengan konsumen, mengelola informasi usaha, serta mempertahankan keberlanjutan bisnis. UMKM tidak lagi cukup hanya mengandalkan kualitas produk dan jaringan penjualan konvensional, tetapi juga dituntut memiliki kemampuan untuk menampilkan produk secara

menarik, menyampaikan pesan promosi secara konsisten, serta mencatat transaksi keuangan secara tertib. Kondisi ini menjadi semakin penting karena platform digital, media sosial, dan aplikasi berbasis teknologi telah menjadi ruang utama bagi konsumen untuk mengenal, menilai, dan memutuskan pembelian suatu produk. Dalam konteks tersebut, penguatan literasi digital UMKM menjadi bagian dari kebutuhan strategis, bukan sekadar pilihan tambahan dalam menjalankan usaha.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing dapat membantu UMKM meningkatkan jangkauan promosi, memperluas pasar, dan memperkuat daya saing usaha. Purwana et al. (2017) menegaskan bahwa digital marketing dapat menjadi sarana pemberdayaan bagi UMKM karena memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif efisien. Namun, transformasi digital UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan media promosi. Pelaku usaha juga memerlukan keterampilan praktis untuk memproduksi konten visual yang layak, mudah dipahami, dan sesuai dengan karakter produk yang dipasarkan. Tanpa keterampilan tersebut, media sosial sering hanya digunakan sebagai tempat mengunggah informasi sederhana, belum sebagai instrumen komunikasi bisnis yang dirancang secara strategis.

Salah satu aplikasi yang banyak digunakan untuk membantu pelaku UMKM dalam membuat materi promosi digital adalah Canva. Aplikasi ini relatif mudah diakses, menyediakan beragam template, dan dapat digunakan tanpa latar belakang desain grafis yang kompleks. Hasil pengabdian Sholeh et al. (2020) memperlihatkan bahwa pelatihan Canva dapat membantu pelaku UKM membuat konten gambar untuk media sosial sebagai upaya promosi produk. Temuan serupa juga ditunjukkan oleh Khomariah dan Primandari (2021), bahwa penggunaan Canva dapat diarahkan sebagai strategi digital marketing bagi pelaku usaha melalui peningkatan kemampuan desain grafis. Dengan demikian, Canva relevan dijadikan sebagai materi sosialisasi karena mampu menjembatani keterbatasan teknis pelaku UMKM dalam menghasilkan materi promosi yang lebih komunikatif dan profesional.

Meskipun demikian, persoalan UMKM tidak berhenti pada aspek promosi. Banyak pelaku UMKM masih menghadapi kelemahan dalam pencatatan keuangan, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, perencanaan arus kas, serta evaluasi sederhana terhadap keuntungan dan pengeluaran usaha. Kelemahan ini dapat menyebabkan pelaku usaha sulit mengetahui kondisi keuangan secara objektif, bahkan ketika penjualan terlihat meningkat. Nurminingsih et al. (2021) menunjukkan bahwa pelatihan aplikasi pencatatan informasi keuangan dapat membantu UMKM memahami pentingnya pencatatan usaha secara digital. Sejalan dengan itu, Prakosa (2022) menekankan bahwa penggunaan aplikasi *Money Manager* dapat digunakan sebagai sarana edukasi perencanaan finansial karena membantu pengguna mencatat pemasukan, pengeluaran, dan alokasi keuangan secara lebih sistematis.

Canva dan *Money Manager* pada dasarnya merepresentasikan dua kebutuhan pokok UMKM dalam beradaptasi dengan ekonomi digital, yaitu kebutuhan membangun visibilitas pasar dan kebutuhan memperbaiki tata kelola keuangan. Canva membantu pelaku usaha memperkuat tampilan produk, identitas visual, dan pesan promosi, sedangkan *Money Manager* membantu pelaku usaha meningkatkan kedisiplinan pencatatan transaksi dan membaca kondisi keuangan usaha secara lebih sederhana. Jika kedua keterampilan ini diberikan secara terpisah, dampaknya cenderung terbatas pada satu sisi pengelolaan usaha. Sebaliknya, ketika keduanya diintegrasikan dalam satu kegiatan sosialisasi, pelaku UMKM dapat memahami bahwa transformasi digital tidak hanya berarti aktif berpromosi di media sosial, tetapi juga mampu mengelola data keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha.

Kebutuhan tersebut semakin relevan dalam era digital berbasis kecerdasan artifisial atau *artificial intelligence* (AI). AI mendorong perubahan dalam cara konten dibuat, cara konsumen berinteraksi dengan produk, dan cara pelaku usaha membaca peluang pasar. Nurhaida et al. (2023) menunjukkan bahwa teknologi AI seperti ChatGPT dapat dimanfaatkan untuk mendukung aktivitas bisnis UMKM, khususnya dalam penyusunan ide, komunikasi, dan penguatan kapasitas digital. Novantara et al. (2024) juga menyoroti pemanfaatan AI Ads untuk mendukung *digital marketing* produk UMKM. Dalam ranah konten visual dan narasi promosi, Hartana et al. (2026) menegaskan bahwa generative AI dapat mempercepat pemasaran digital UMKM melalui peningkatan pembuatan konten visual dan narasi promosi kreatif. Artinya, pelaku UMKM perlu dipersiapkan untuk memahami teknologi digital secara bertahap, dimulai dari aplikasi yang mudah digunakan sebelum bergerak menuju pemanfaatan AI yang lebih kompleks.

Pelaksanaan sosialisasi secara *daring* menjadi pilihan yang relevan karena memungkinkan kegiatan pengabdian menjangkau peserta UMKM dari berbagai daerah di Indonesia tanpa dibatasi oleh

lokasi geografis. Model *daring* juga sejalan dengan karakter transformasi digital yang menuntut pelaku usaha terbiasa menggunakan perangkat teknologi, mengikuti pembelajaran jarak jauh, dan mempraktikkan aplikasi secara langsung melalui gawai atau laptop masing-masing. Dalam konteks Indonesia yang memiliki sebaran UMKM sangat luas, kegiatan pengabdian *daring* dapat menjadi strategi perluasan akses pelatihan, terutama bagi pelaku usaha yang memiliki keterbatasan waktu, jarak, dan biaya untuk mengikuti kegiatan tatap muka. Dengan demikian, sosialisasi *online* tidak hanya berfungsi sebagai metode pelaksanaan, tetapi juga menjadi bagian dari proses adaptasi digital itu sendiri.

Beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya telah membahas pelatihan Canva bagi UMKM, seperti peningkatan kreativitas desain promosi (Zettira et al., 2022), optimalisasi *digital marketing* (Putri et al., 2024), dan peningkatan promosi produk UMKM (Karim & Asrani, 2024). Di sisi lain, kegiatan yang berfokus pada pencatatan keuangan digital juga telah dilakukan melalui aplikasi keuangan atau pelatihan literasi keuangan digital (Nurminingsih et al., 2021; Samosir et al., 2026). Namun, kecenderungan kegiatan tersebut masih banyak menempatkan desain promosi, pencatatan keuangan, dan adaptasi AI sebagai topik yang berdiri sendiri. Padahal, dalam praktik usaha, pelaku UMKM membutuhkan kemampuan yang saling terhubung: membuat promosi yang menarik, mencatat dampak finansial dari aktivitas usaha, dan mulai memahami bahwa teknologi AI dapat membantu mempercepat proses kreatif serta pengambilan keputusan sederhana.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian berupa sosialisasi penggunaan Canva dan *Money Manager* pada pelaku UMKM sebagai adaptasi era digital AI memiliki urgensi yang kuat. Nilai penting kegiatan ini terletak pada upaya menghubungkan keterampilan promosi digital dan pencatatan keuangan digital dalam satu alur pemberdayaan UMKM yang dilaksanakan secara *daring* lintas daerah. Dengan desain tersebut, peserta tidak hanya diperkenalkan pada aplikasi, tetapi juga diarahkan untuk memahami hubungan antara konten promosi, perilaku konsumen, pengelolaan transaksi, dan kesiapan menghadapi ekosistem bisnis yang semakin dipengaruhi teknologi AI. Pada titik inilah kebaruan kegiatan terletak, yaitu bukan pada penggunaan Canva atau *Money Manager* secara terpisah, melainkan pada integrasi keduanya sebagai paket literasi digital praktis bagi UMKM Indonesia.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis bagi pengembangan model pengabdian masyarakat di bidang UMKM. Secara akademik, kegiatan ini memperkaya kajian pengabdian mengenai transformasi digital UMKM dengan menempatkan promosi visual, pencatatan keuangan, dan kesiapan menghadapi AI sebagai satu kesatuan persoalan pemberdayaan. Secara praktis, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat konten promosi sederhana menggunakan Canva, mencatat keuangan usaha melalui *Money Manager*, serta membangun kesadaran awal bahwa adaptasi terhadap AI perlu dimulai dari penguasaan teknologi digital dasar yang aplikatif. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya bersifat sosialisasi teknis, tetapi juga menjadi proses penguatan kapasitas UMKM agar lebih adaptif, tertib, dan kompetitif dalam era ekonomi digital.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara *daring* dalam bentuk sosialisasi dan praktik langsung kepada pelaku UMKM dari berbagai daerah di Indonesia. Pelaksanaan secara *daring* dipilih agar kegiatan dapat menjangkau peserta secara lebih luas, fleksibel, dan sesuai dengan karakter pengabdian yang menekankan penguatan literasi digital. Kegiatan ini berfokus pada peningkatan kemampuan peserta dalam menggunakan Canva sebagai media pembuatan konten promosi digital dan *Money Manager* sebagai alat bantu pencatatan keuangan usaha sederhana.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif-edukatif. Pendekatan partisipatif diterapkan dengan melibatkan peserta dalam diskusi kebutuhan usaha, praktik penggunaan aplikasi, tanya jawab, serta refleksi atas kendala yang dihadapi selama kegiatan. Pendekatan edukatif diterapkan melalui penyampaian materi yang bersifat praktis, mudah dipahami, dan langsung dikaitkan dengan kebutuhan pelaku UMKM dalam menghadapi era digital dan perkembangan *artificial intelligence* (AI).

Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang mengikuti sosialisasi secara *online* dari berbagai daerah di Indonesia. Peserta terdiri atas pelaku usaha makanan dan minuman, produk kreatif, perdagangan kecil, jasa, serta usaha rumahan. Keberagaman peserta menjadi dasar penyusunan materi agar contoh yang digunakan bersifat umum, mudah diikuti, dan dapat disesuaikan dengan karakter usaha masing-masing. Media kegiatan yang digunakan meliputi *platform* pertemuan *daring*, materi presentasi,

panduan praktik Canva, panduan penggunaan *Money Manager*, contoh desain promosi, simulasi pencatatan transaksi, serta formulir umpan balik peserta. Seluruh media tersebut disiapkan untuk memudahkan peserta mengikuti kegiatan, mempraktikkan aplikasi secara langsung, dan menerapkan hasil sosialisasi pada usaha masing-masing.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahap	Kegiatan	Output
Persiapan	Mengidentifikasi kebutuhan peserta, menyusun materi, menyiapkan panduan praktik, contoh desain, dan simulasi pencatatan transaksi.	Materi, panduan, media daring, dan formulir umpan balik siap digunakan.
Pembukaan	Menjelaskan tujuan kegiatan, urgensi digitalisasi UMKM, serta manfaat Canva dan <i>Money Manager</i> bagi pengelolaan usaha.	Peserta memahami arah kegiatan dan manfaat aplikasi.
Sosialisasi Canva	Menjelaskan fungsi dasar Canva, pemilihan template, pengaturan teks/gambar, dan contoh konten promosi produk UMKM.	Peserta memahami langkah dasar membuat konten promosi.
Praktik Canva	Peserta membuat satu desain promosi sederhana sesuai produk atau jasa yang dimiliki.	Peserta menghasilkan contoh desain promosi sederhana.
Sosialisasi Money Manager	Menjelaskan fungsi pencatatan pemasukan, pengeluaran, kategori transaksi, saldo, dan ringkasan keuangan.	Peserta memahami fungsi dasar pencatatan keuangan digital.
Praktik Money Manager	Peserta melakukan simulasi pencatatan transaksi usaha, seperti penjualan, biaya bahan baku, dan biaya operasional.	Peserta mampu melakukan pencatatan transaksi sederhana.
Penguatan AI	Memberikan pengantar pemanfaatan AI untuk ide konten, narasi promosi, dan efisiensi kerja digital UMKM.	Peserta memahami peran awal AI dalam pengembangan usaha.
Evaluasi dan tindak lanjut	Menutup kegiatan dengan diskusi, umpan balik, refleksi manfaat, dan arahan penerapan hasil kegiatan.	Tersedia umpan balik dan rencana penerapan hasil kegiatan.

Evaluasi kegiatan dilakukan sebagai bagian dari metode pelaksanaan untuk mengetahui respons peserta dan ketercapaian kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui diskusi akhir, observasi saat praktik, serta formulir umpan balik yang berisi penilaian peserta terhadap kejelasan materi, kemudahan penggunaan aplikasi, manfaat kegiatan, dan rencana penerapan hasil sosialisasi pada usaha masing-masing. Kegiatan dianggap berhasil apabila peserta mampu mengikuti praktik pembuatan desain promosi menggunakan Canva, memahami cara mencatat transaksi sederhana melalui *Money Manager*, serta menunjukkan minat untuk menerapkan kedua aplikasi tersebut dalam aktivitas usaha. Evaluasi ini juga menjadi dasar untuk menyusun rekomendasi tindak lanjut berupa pendampingan lanjutan, penyediaan panduan sederhana, atau pelatihan lanjutan yang lebih spesifik sesuai kebutuhan peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan secara *daring* dengan melibatkan pelaku UMKM dari berbagai daerah di Indonesia. Kegiatan berjalan sesuai dengan alur metode yang telah dirancang, yaitu persiapan, pembukaan dan pengantar digitalisasi UMKM, sosialisasi Canva, praktik pembuatan desain promosi, sosialisasi *Money Manager*, praktik pencatatan transaksi, penguatan adaptasi *artificial intelligence* (AI), serta evaluasi dan tindak lanjut. Secara umum, kegiatan berlangsung kondusif karena peserta dapat mengikuti materi, merespons diskusi, serta mempraktikkan penggunaan aplikasi secara langsung melalui perangkat masing-masing.

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa kebutuhan utama peserta tidak hanya berkaitan dengan kemampuan membuat konten promosi, tetapi juga dengan kemampuan mengelola informasi keuangan usaha secara sederhana. Hal ini terlihat dari respons peserta yang aktif ketika materi diarahkan pada dua persoalan praktis UMKM, yaitu bagaimana membuat tampilan promosi yang lebih menarik dan bagaimana mencatat transaksi usaha agar lebih tertib. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai sosialisasi penggunaan aplikasi, tetapi juga sebagai proses penguatan literasi digital yang menghubungkan aspek pemasaran dan pencatatan keuangan dalam satu rangkaian pemberdayaan.

Pelaksanaan secara *daring* juga memberikan pengalaman belajar yang relevan dengan tujuan kegiatan. Peserta tidak hanya mendengarkan pemaparan materi, tetapi diarahkan untuk mencoba aplikasi secara langsung, menyesuaikan contoh dengan usaha masing-masing, dan menyampaikan kendala yang dihadapi selama praktik. Model ini membuat kegiatan lebih aplikatif karena peserta dapat melihat hubungan antara materi yang diberikan dengan kebutuhan riil usaha mereka.

Hasil Penelitian

Pada tahap persiapan, tim pelaksana menyiapkan materi, panduan praktik, contoh desain promosi, simulasi transaksi, serta media kegiatan *daring*. Hasil dari tahap ini adalah tersedianya perangkat kegiatan yang lebih terarah dan mudah digunakan oleh peserta dengan latar belakang usaha yang berbeda-beda. Materi Canva disusun dengan menekankan kebutuhan promosi sederhana, sedangkan materi Money Manager disusun untuk membantu peserta memahami pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha secara praktis.

Pada tahap pembukaan, peserta memperoleh penjelasan mengenai tujuan kegiatan dan pentingnya adaptasi digital bagi UMKM. Bagian ini menjadi pengantar penting karena peserta diarahkan untuk memahami bahwa digitalisasi bukan hanya berkaitan dengan penggunaan media sosial, tetapi juga mencakup kemampuan mengelola informasi usaha, menyusun pesan promosi, dan mencatat transaksi secara lebih tertib. Respons peserta menunjukkan bahwa isu promosi digital dan pencatatan keuangan merupakan kebutuhan yang dekat dengan aktivitas usaha sehari-hari.

Sosialisasi dan praktik Canva. Pada sesi Canva, peserta diperkenalkan pada fitur dasar seperti pemilihan template, pengaturan teks, penggunaan gambar, pemilihan warna, dan penyesuaian informasi produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta dapat memahami fungsi Canva sebagai alat bantu pembuatan konten promosi yang mudah digunakan. Melalui praktik langsung, peserta mulai mampu menyusun desain promosi sederhana yang memuat informasi produk, visual pendukung, dan pesan pemasaran. Kendala yang masih terlihat adalah perlunya pembiasaan dalam memilih tata letak, menjaga keterbacaan teks, dan menyesuaikan warna dengan karakter produk.

Pada sesi *Money Manager*, peserta diperkenalkan pada pencatatan pemasukan, pengeluaran, kategori transaksi, saldo, dan ringkasan keuangan. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya pencatatan transaksi secara rutin sebagai dasar untuk mengetahui kondisi usaha. Praktik simulasi membantu peserta melihat bahwa pencatatan keuangan dapat dimulai dari transaksi sederhana, seperti penjualan harian, pembelian bahan baku, dan biaya operasional. Bagian ini juga mendorong kesadaran bahwa pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha merupakan langkah awal untuk membangun tata kelola usaha yang lebih sehat.

Penguatan adaptasi AI. Penguatan mengenai AI diberikan sebagai pengantar agar peserta memiliki gambaran awal tentang perkembangan teknologi digital yang dapat mendukung aktivitas UMKM. Peserta diperkenalkan pada pemanfaatan AI secara sederhana, misalnya untuk mencari ide konten, menyusun caption promosi, membuat variasi narasi pemasaran, dan membantu merancang pesan yang lebih menarik. Hasil sesi ini menunjukkan bahwa AI dapat dipahami sebagai alat bantu kerja, bukan sebagai teknologi yang jauh dari kebutuhan pelaku UMKM.

Evaluasi dan tindak lanjut. Pada tahap evaluasi, peserta diberikan ruang untuk menyampaikan kesan, kendala, dan rencana penerapan hasil kegiatan. Umpan balik peserta menunjukkan bahwa materi dinilai bermanfaat karena langsung berkaitan dengan kebutuhan promosi dan pencatatan usaha. Tindak lanjut diarahkan pada penerapan bertahap, yaitu membuat konten promosi secara berkala menggunakan Canva dan mencatat transaksi harian menggunakan *Money Manager*. Dengan cara tersebut, hasil kegiatan diharapkan tidak berhenti pada pemahaman sesaat, tetapi berkembang menjadi kebiasaan digital dalam pengelolaan usaha.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Penelitian

Tahap	Pelaksanaan	Hasil yang Dicapai	Catatan
Persiapan	Penyusunan materi, panduan, contoh desain, dan simulasi transaksi.	Kegiatan memiliki perangkat yang siap digunakan secara <i>daring</i> .	Materi disesuaikan dengan kebutuhan praktis UMKM.
Pengantar digitalisasi	Pemaparan urgensi digitalisasi, pencatatan keuangan, dan adaptasi AI.	Peserta memahami arah kegiatan dan relevansinya dengan usaha.	Diskusi awal menunjukkan kebutuhan pada promosi dan

				pembukuan sederhana.
Canva	Sosialisasi fitur dasar dan praktik desain promosi.	Peserta mampu membuat contoh konten sederhana.	membuat promosi	Perlu pendampingan pada tata letak, warna, dan kejelasan pesan.
Money Manager	Sosialisasi fungsi aplikasi dan praktik pencatatan transaksi.	Peserta memahami alur pencatatan pemasukan dan pengeluaran.	dan	Peserta mulai memahami pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan usaha.
Adaptasi AI	Pengantar penggunaan AI untuk ide konten dan narasi promosi.	Peserta memperoleh wawasan awal mengenai manfaat AI bagi UMKM.	AI	AI diposisikan sebagai alat bantu kerja digital yang sederhana.
Evaluasi	Diskusi akhir, refleksi, dan umpan balik peserta.	Peserta menunjukkan minat menerapkan aplikasi secara berkelanjutan.		Tindak lanjut diarahkan pada praktik rutin dan pencatatan transaksi.

Capaian utama kegiatan ini terlihat pada meningkatnya pemahaman peserta mengenai keterkaitan antara promosi digital dan pengelolaan keuangan usaha. Peserta tidak hanya memperoleh informasi mengenai cara menggunakan Canva dan *Money Manager*, tetapi juga memahami bahwa kedua aplikasi tersebut dapat saling melengkapi dalam pengembangan UMKM. Canva membantu peserta memperbaiki tampilan komunikasi pemasaran, sedangkan *Money Manager* membantu peserta membangun kebiasaan pencatatan keuangan yang lebih tertib.

Capaian berikutnya adalah munculnya keterampilan awal peserta dalam menghasilkan konten promosi digital. Melalui praktik Canva, peserta memperoleh pengalaman dalam memilih *template*, mengatur elemen visual, menyusun informasi produk, dan membuat pesan promosi yang lebih mudah dipahami. Keterampilan ini penting karena kualitas konten visual dapat memengaruhi cara calon konsumen menilai produk UMKM di media sosial.

Pada aspek keuangan, kegiatan ini membantu peserta memahami bahwa pencatatan transaksi tidak harus dilakukan dengan sistem yang rumit. Melalui *Money Manager*, peserta dapat memulai pencatatan dari aktivitas sederhana, seperti penjualan, pembelian bahan baku, dan biaya operasional. Pengenalan ini menjadi langkah awal untuk mendorong kedisiplinan finansial, terutama bagi pelaku UMKM yang belum terbiasa memisahkan keuangan pribadi dan usaha.

Pada aspek adaptasi teknologi, kegiatan ini memberikan penguatan bahwa AI dapat dimanfaatkan secara bertahap sesuai kebutuhan UMKM. Peserta diperkenalkan bahwa AI dapat membantu menghasilkan ide konten, menyusun variasi narasi promosi, dan mempercepat proses kerja kreatif. Pemahaman ini penting agar pelaku UMKM tidak hanya menjadi pengguna aplikasi digital, tetapi juga mulai memiliki kesiapan menghadapi perubahan teknologi dalam ekosistem bisnis.

Kendala utama yang muncul selama kegiatan berkaitan dengan perbedaan tingkat literasi digital peserta, variasi perangkat yang digunakan, serta kualitas jaringan internet. Pada sesi Canva, sebagian peserta masih membutuhkan pendampingan dalam memilih desain yang sesuai dengan karakter produk, menata elemen visual, dan menyusun informasi promosi agar tidak terlalu padat. Pada sesi *Money Manager*, peserta masih membutuhkan pembiasaan dalam menentukan kategori transaksi dan membedakan pencatatan keuangan pribadi dengan keuangan usaha.

Tindak lanjut kegiatan diarahkan pada penerapan hasil sosialisasi secara bertahap. Peserta disarankan untuk mulai membuat konten promosi secara rutin menggunakan Canva dan mencatat transaksi harian menggunakan *Money Manager*. Selain itu, peserta juga diarahkan untuk memanfaatkan AI secara sederhana, misalnya untuk mencari ide caption, menyusun narasi promosi, atau membuat

variasi pesan pemasaran. Dengan tindak lanjut tersebut, kegiatan pengabdian diharapkan mampu membangun kebiasaan digital yang lebih konsisten dan membantu UMKM menjadi lebih adaptif dalam menghadapi perubahan teknologi.

Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa integrasi Canva, *Money Manager*, dan penguatan adaptasi AI dapat menjadi model sosialisasi yang relevan bagi pelaku UMKM. Kegiatan ini memberikan manfaat praktis karena peserta memperoleh pengalaman langsung menggunakan aplikasi, sekaligus manfaat edukatif karena peserta diajak memahami pentingnya promosi digital, pencatatan keuangan, dan kesiapan menghadapi perkembangan teknologi dalam pengelolaan usaha.

Pembahasan

Penguatan Promosi Digital UMKM melalui Canva

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa penggunaan Canva memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan kemampuan awal pelaku UMKM untuk membuat konten promosi digital. Temuan ini sejalan dengan gagasan bahwa *digital marketing* dapat menjadi sarana pemberdayaan UMKM karena mampu memperluas jangkauan promosi dan memperkuat daya saing usaha (Purwana et al., 2017). Dalam konteks kegiatan ini, Canva membantu peserta memahami bahwa promosi digital tidak cukup hanya dilakukan dengan mengunggah foto produk, tetapi perlu memperhatikan kualitas visual, kejelasan informasi, dan daya tarik pesan yang disampaikan kepada calon konsumen.

Keterampilan peserta dalam membuat desain promosi sederhana memperlihatkan bahwa Canva relevan digunakan sebagai media pelatihan bagi pelaku UMKM. Hal ini mendukung temuan Sholeh et al. (2020) bahwa Canva dapat digunakan untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya promosi produk UKM. Hasil kegiatan ini juga sejalan dengan Khomariah dan Primandari (2021), yang menunjukkan bahwa pelatihan desain grafis menggunakan Canva dapat diarahkan sebagai strategi digital marketing bagi pelaku usaha. Dengan demikian, penggunaan Canva dalam kegiatan pengabdian ini bukan sekadar pengenalan aplikasi, tetapi menjadi sarana untuk membangun kesadaran visual dan komunikasi pemasaran digital.

Kemampuan peserta dalam memilih template, mengatur teks, menambahkan gambar, dan menyesuaikan warna menunjukkan adanya peningkatan keterampilan praktis dalam menyusun konten promosi. Temuan ini konsisten dengan Zettira et al. (2022), yang menegaskan bahwa pelatihan Canva dapat meningkatkan kreativitas desain promosi UMKM. Penguatan ini juga sejalan dengan Endra et al. (2024), Karim dan Asrani (2024), serta Putri et al. (2024), yang menempatkan Canva sebagai sarana peningkatan promosi produk dan optimalisasi digital marketing bagi UMKM. Dalam kegiatan ini, peserta mulai memahami bahwa konten promosi yang baik perlu memadukan tampilan visual, informasi produk, dan ajakan yang komunikatif.

Selain itu, hasil kegiatan memperlihatkan bahwa penggunaan Canva dapat menjadi pintu masuk bagi peningkatan branding UMKM. Hal ini sejalan dengan Chandra et al. (2024), yang menemukan bahwa pelatihan Canva dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dalam merancang produk UMKM, serta Falfaldyovan et al. (2024), yang menekankan peran Canva dalam optimalisasi digital marketing. Pelatihan serupa juga dinilai relevan dalam konteks era digital 4.0 (Nasution & Ginting, 2025), peningkatan nilai branding produk (Andari et al., 2025), kreativitas pemasaran digital (Nugraha et al., 2025), serta peningkatan kompetensi desain digital pemuda dan UMKM (Rusmanto et al., 2025). Dengan demikian, capaian kegiatan ini memperkuat bukti bahwa Canva dapat menjadi media pembelajaran praktis untuk meningkatkan kapasitas promosi digital UMKM.

Penguatan Pencatatan Keuangan Digital melalui *Money Manager*

Hasil kegiatan pada sesi *Money Manager* menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan digital sebagai bagian dari pengelolaan usaha. Sebagian pelaku UMKM masih memandang pencatatan keuangan sebagai aktivitas yang rumit, sehingga transaksi usaha sering tidak terdokumentasi dengan baik. Melalui praktik *Money Manager*, peserta diperkenalkan pada cara mencatat pemasukan, pengeluaran, kategori transaksi, saldo, dan ringkasan keuangan secara sederhana. Temuan ini relevan dengan Prakosa (2022), yang menunjukkan bahwa aplikasi *Money Manager* dapat digunakan sebagai media edukasi perencanaan finansial.

Penggunaan *Money Manager* dalam kegiatan ini membantu peserta memahami bahwa pencatatan keuangan dapat dimulai dari transaksi harian yang paling sederhana. Hal ini sejalan dengan Nurminingsih et al. (2021), yang menunjukkan bahwa pelatihan aplikasi pencatatan informasi keuangan dapat membantu UMKM naik kelas melalui penguatan pencatatan usaha. Dalam kegiatan ini, peserta

tidak hanya memperoleh pemahaman mengenai fungsi aplikasi, tetapi juga mulai menyadari pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha agar kondisi usaha dapat dipantau secara lebih objektif.

Capaian tersebut juga mendukung hasil pengabdian Wong et al. (2025), yang menekankan pentingnya literasi keuangan dan strategi manajemen keuangan kewirausahaan bagi UMKM. Pencatatan transaksi melalui aplikasi digital dapat membantu pelaku usaha memahami pola pemasukan dan pengeluaran, sehingga keputusan usaha tidak hanya didasarkan pada perkiraan. Sejalan dengan itu, Samosir et al. (2026) menegaskan bahwa pelatihan pencatatan keuangan digital dapat meningkatkan literasi keuangan UMKM. Oleh karena itu, *Money Manager* dalam kegiatan ini berfungsi sebagai instrumen praktis untuk membangun disiplin pencatatan, memperbaiki tata kelola keuangan, dan mendukung keberlanjutan usaha.

Adaptasi Artificial Intelligence dalam Pengembangan UMKM

Penguatan materi mengenai *artificial intelligence* (AI) dalam kegiatan ini memberikan wawasan awal kepada peserta bahwa teknologi digital dapat membantu aktivitas promosi dan pengelolaan usaha. Peserta diperkenalkan pada pemanfaatan AI secara sederhana, seperti mencari ide konten, menyusun narasi promosi, membuat variasi caption, dan mempercepat proses kreatif. Hal ini sejalan dengan Nurhaida et al. (2023), yang menunjukkan bahwa teknologi AI seperti ChatGPT dapat dimanfaatkan untuk mendukung aktivitas bisnis UMKM.

Dalam konteks promosi digital, AI dapat membantu pelaku UMKM menyusun ide kampanye dan pesan pemasaran yang lebih variatif. Novantara et al. (2024) menunjukkan bahwa pemanfaatan AI Ads dapat mendukung digital marketing produk UMKM. Dengan demikian, penguatan AI dalam kegiatan ini menjadi relevan karena peserta tidak hanya diperkenalkan pada aplikasi teknis seperti Canva dan *Money Manager*, tetapi juga diarahkan untuk memahami peluang teknologi yang lebih luas dalam meningkatkan efektivitas promosi.

Hasil kegiatan ini juga selaras dengan Hartana et al. (2026), yang menegaskan bahwa *generative* AI dapat mempercepat pemasaran digital UMKM melalui pembuatan konten visual dan narasi promosi kreatif. Dalam kegiatan ini, AI diposisikan sebagai alat bantu yang dapat digunakan secara bertahap, bukan sebagai teknologi yang sulit dijangkau. Pendekatan tersebut penting agar pelaku UMKM memiliki kesiapan awal untuk memanfaatkan teknologi digital sesuai kemampuan dan kebutuhan usaha mereka.

Integrasi Canva, Money Manager, dan AI sebagai Model Pengabdian Digital UMKM

Pembahasan hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi Canva, *Money Manager*, dan penguatan AI memberikan nilai tambah bagi pelaksanaan pengabdian kepada pelaku UMKM. Canva berperan pada aspek promosi visual, *Money Manager* berperan pada aspek pencatatan keuangan, sedangkan AI berperan sebagai penguat ide dan efisiensi kerja digital. Ketiga unsur ini saling melengkapi karena persoalan UMKM tidak hanya berkaitan dengan pemasaran, tetapi juga dengan tata kelola informasi usaha dan kesiapan menghadapi perubahan teknologi.

Kegiatan *daring* lintas daerah juga menunjukkan bahwa model pengabdian digital dapat menjangkau peserta dengan latar belakang usaha yang beragam. Pelaksanaan secara *online* memberikan kesempatan bagi peserta untuk mengikuti materi, mempraktikkan aplikasi, dan berdiskusi tanpa dibatasi lokasi geografis. Meskipun terdapat kendala berupa perbedaan perangkat, literasi digital, dan kualitas jaringan internet, kegiatan ini tetap mampu memberikan pengalaman belajar yang aplikatif karena peserta diarahkan untuk mencoba aplikasi secara langsung.

Secara akademik, hasil kegiatan ini memperlihatkan bahwa model pengabdian yang menggabungkan promosi digital, pencatatan keuangan digital, dan adaptasi AI dapat menjadi pendekatan yang relevan untuk penguatan kapasitas UMKM. Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan pemahaman teknis, tetapi juga membangun kesadaran bahwa transformasi digital UMKM perlu dilakukan secara terpadu. Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa pemberdayaan UMKM di era digital perlu diarahkan pada kemampuan membuat konten promosi, mencatat transaksi usaha, dan memanfaatkan teknologi baru secara bertahap sesuai kebutuhan usaha.

SIMPULAN

Kegiatan sosialisasi penggunaan Canva dan *Money Manager* pada pelaku UMKM sebagai adaptasi era digital AI menunjukkan bahwa pelaku usaha membutuhkan penguatan literasi digital yang

bersifat praktis dan langsung dapat diterapkan. Pelaksanaan secara daring memungkinkan kegiatan menjangkau peserta dari berbagai daerah di Indonesia, sehingga pengabdian ini tidak hanya bersifat lokal, tetapi juga relevan dengan kebutuhan UMKM secara lebih luas. Penggunaan Canva membantu peserta memahami pentingnya promosi digital yang tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga memperhatikan desain visual, kejelasan informasi, dan daya tarik pesan. Melalui praktik pembuatan desain sederhana, peserta memperoleh keterampilan awal dalam menyusun konten promosi yang dapat digunakan pada media sosial usaha.

Penggunaan *Money Manager* memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya pencatatan keuangan usaha secara tertib. Peserta mulai memahami bahwa pencatatan pemasukan, pengeluaran, kategori transaksi, dan saldo usaha dapat dilakukan secara sederhana melalui aplikasi digital. Hal ini menjadi langkah awal untuk membangun kebiasaan memisahkan keuangan pribadi dan usaha. Penguatan materi *artificial intelligence* memberikan wawasan awal bahwa AI dapat dimanfaatkan sebagai alat bantu dalam pengembangan UMKM, khususnya untuk mencari ide konten, menyusun narasi promosi, dan meningkatkan efisiensi kerja digital. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memperkenalkan aplikasi, tetapi juga membangun kesiapan peserta menghadapi perkembangan teknologi.

Secara keseluruhan, integrasi Canva, *Money Manager*, dan pengenalan AI menjadi model pengabdian yang relevan untuk meningkatkan kapasitas digital UMKM. Kegiatan ini memberikan manfaat pada aspek promosi, pencatatan keuangan, dan kesiapan adaptasi teknologi, sehingga dapat mendukung pelaku UMKM menjadi lebih kreatif, tertib, dan kompetitif di era digital.

REFERENSI

- Andari, N., Putra, R. R. A., Aprilianti, L., Yohanes, P. A., Monica, B., & Aliyah, N. I. (2025). Pengembangan Sumber Daya UMKM Melalui Pelatihan Canva Untuk Peningkatan Nilai Branding Produk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(11), 5528-5535. <https://doi.org/10.59837/Jpmba.V2i11.1999>
- Chandra, H., Arismawati, P., Wahyuni, A. E., Azizah, F. N., Zahiroh, N. Z., Erlina, M. E., & Julianugerah, M. F. (2024). Pelatihan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Keterampilan Masyarakat Dalam Merancang Produk UMKM. *Abdimas Awang Long*, 7(2), 70-79. <https://doi.org/10.56301/Awal.V7i2.1221>
- Endra, R. Y., Redaputri, A. P., Dunan, H., Aprinisa, A., Syahputra, M. B., & Handayani, A. (2024). Pelatihan Design Dengan Canva Untuk UMKM Sebagai Sarana Promosi Produk Di Desa Ganjar Asri Metro. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(1), 32-38. <https://doi.org/10.36448/Jpu.V3i1.54>
- Fifaldyovan, M. I., Dewi, S. M., & Kartikasari, R. D. A. (2024). Pelatihan Canva Untuk Optimalisasi Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM. *POTENSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 81-87. <https://doi.org/10.61689/Potensi.V1i4.15>
- Hartana, Hasibuan, F. U., Thalal, M., Priyono, D., & Sulaeman. (2026). Accelerating MSME Digital Marketing Through The Use Of Generative AI To Improve Visual Content Creation And Creative Promotional Narratives. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 23861-23866. <https://doi.org/10.31004/Jerkin.V4i4.6076>
- 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. <https://doi.org/10.47065/Jpm.V4i3.1582>
- Khomariah, N. E., & Primandari, P. N. (2021). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Pelaku Usaha Toko Ikan Sub Aquatic Sebagai Strategi Digital Marketing. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 795-801. <https://doi.org/10.31949/Jb.V2i3.1393>
- Nasution, S. D., & Ginting, G. L. (2025). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva Untuk UMKM Di Era Digital 4.0. *ORAHUA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(02), 129-136. <https://doi.org/10.70404/Orahua.V2i02.127>
- Novantara, P., Sugiharto, T., & Nursyamsu, R. (2024). Pemanfaatan AI Ads Untuk Digital Marketing Produk UMKM Di Desa Cimaranten Kuningan. *Journal Of Innovation And Sustainable Empowerment*, 3(1), 56-62. <https://doi.org/10.25134/Jise.V3i1.96>

- Nugraha, G., Sumiarsih, M., Maulida, H., Apriani, S. M., & Saputra, M. R. A. (2025). Pelatihan Dasar Design Bagi UMKM Melalui Canva Untuk Meningkatkan Kreatifitas Pemasaran Digital. *ABDIMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1). <https://doi.org/10.62411/Ja.V8i1.2610>
- Nurhaida, D., Amran, E., Nugraha, E. R., Osman, A. F. B., & Shafira, A. N. (2023). Utilizing Artificial Intelligence (AI) Technology To Support Msmes Businesses: Chatgpt. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4), 910-918. <https://doi.org/10.31849/Dinamisia.V7i4.15005>
- Nurminingsih, N., Agustin, D., & Jenih, J. (2021). Pelatihan Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan Usaha Mikro Dan Kecil (SI APIK) Dalam Rangka UMKM Naik Kelas Di Kelurahan Bambu Apus, Jakarta Timur. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat (PAMAS)*, 5(1), 27-34. <https://doi.org/10.52643/Pamas.V5i1.1084>
- Prakosa, A. (2022). Edukasi Penggunaan Aplikasi Money Manager Untuk Perencanaan Finansial Di Karang Taruna Kembaran. *Jurnal Pustaka Mitra*, 2(1), 1-5. <https://doi.org/10.55382/Jurnalpustakamitra.V2i1.114>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Putri, I., Syukerti, N., Mulyadi, A. I., Puspita, H., & Zuliansyah, M. A. (2024). Optimalisasi Digital Marketing Dalam Pemanfaatan Canva Bagi Pelaku UMKM Di 26 Ilir Kota Palembang. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, 8(3), 516-528. <https://doi.org/10.37859/Jpumri.V8i3.7586>
- Rusmanto, D. E., Eswono, E. S. P., & Rofi'ah, Z. (2025). Pelatihan Canva Untuk Meningkatkan Kompetensi Desain Digital Pemuda Dan UMKM Di Desa 3D. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(1), 46-60. <https://doi.org/10.29407/Dimastara.V5i1.27101>
- Samosir, H. E. S., Mujiani, S., Mahmudin, T., Ashari, I. F., & Durya, N. P. M. A. (2026). Peningkatan Literasi Keuangan UMKM Melalui Pelatihan Pencatatan Keuangan Digital: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 22217-22228. <https://doi.org/10.31004/Jerkin.V4i4.5792>
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk UKM. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430-436. <https://doi.org/10.31764/Jpmb.V4i1.2983>
- Wong, S., Setiadiwiria, M. C., Jocelyn, A., Mintarja, N., & Malelak, M. I. (2025). Peningkatan Literasi Keuangan Dan Strategi Manajemen Keuangan Kewirausahaan Bagi UMKM Chrobao. *Abdimas Galuh*, 7(1), 1030-1035. <https://doi.org/10.25157/Ag.V7i1.18225>
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99-105. <https://doi.org/10.37640/Japd.V2i2.1524>