

## Pelatihan Desain Digital dan Pencatatan Keuangan Digital pada Produk UMKM untuk Meningkatkan Nilai Jual Secara *Online*

Noor Harini<sup>1\*</sup>, Devi Dwi Siskawardani<sup>2</sup>, Abiyasa Eka Saputra<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

<sup>3</sup> Politeknik Prasetiya Mandiri, Indonesia

E-mail: [harini@umm.ac.id](mailto:harini@umm.ac.id)

\*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7348>

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received: 27 Jun 2026

Revised: 03 Jul 2026

Accepted: 09 Jul 2026

#### Kata Kunci:

Canva, Money Manager, UMKM, Desain Digital, Pencatatan Keuangan Digital.

#### Keywords:

Canva, Money Manager, MSME, Digital Design, Digital Financial Recording.



### ABSTRACT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di beberapa wilayah Jawa Timur dalam memanfaatkan desain digital dan pencatatan keuangan digital guna mendukung peningkatan nilai jual produk secara *online*. Permasalahan utama yang dihadapi peserta adalah keterbatasan kemampuan dalam menyusun konten promosi yang menarik, konsisten, dan informatif, serta belum optimalnya pencatatan transaksi usaha secara teratur. Kegiatan dilaksanakan secara *daring* melalui tahapan pemetaan kebutuhan, penyampaian materi, demonstrasi penggunaan aplikasi, praktik mandiri, pendampingan, dan evaluasi luaran. Materi pelatihan difokuskan pada penggunaan Canva untuk membuat desain promosi produk dan *Money Manager* untuk mencatat pemasukan, pengeluaran, serta memantau kondisi keuangan usaha secara sederhana. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan desain promosi yang lebih rapi, komunikatif, dan sesuai dengan karakter produk. Model pelatihan *daring* terbukti relevan karena mampu menjangkau pelaku UMKM lintas wilayah, memberi fleksibilitas belajar, dan memungkinkan praktik langsung melalui perangkat yang digunakan peserta dalam aktivitas usaha.

*This community service initiative aimed to enhance the capacity of MSME owners in several regions of East Java regarding the use of digital design and digital financial recording to boost the online marketability of their products. The primary challenges faced by participants included limited skills in creating engaging, consistent, and informative promotional content, as well as a lack of systematic business transaction recording. The activity was conducted online, comprising stages such as needs assessment, material delivery, application demonstrations, hands-on practice, mentoring, and outcome evaluation. Training materials focused on using Canva for product promotion designs and Money Manager for recording income and expenses, as well as monitoring business financial health in a straightforward manner. Results indicated that participants were able to produce promotional designs that were neater, more communicative, and aligned with their product characteristics. The online training model proved effective, as it reached MSME owners across different regions, offered learning flexibility, and enabled direct practice using the devices participants already employed for their business operations.*



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

**How to Cite:** Noor Harini, et al. (2026), Pelatihan Desain Digital dan Pencatatan Keuangan Digital pada Produk UMKM untuk Meningkatkan Nilai Jual Secara Online, 5(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7348>

### PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memasarkan produk, berinteraksi dengan konsumen, dan mengelola aktivitas usaha. Dalam pasar online, kualitas produk tetap menjadi fondasi penting, tetapi tidak lagi menjadi satu-satunya faktor yang menentukan keputusan konsumen. Produk yang ditampilkan melalui foto seadanya, desain promosi yang tidak konsisten, serta informasi produk yang kurang jelas cenderung kalah bersaing dengan produk sejenis yang memiliki tampilan visual lebih profesional. Oleh karena itu, peningkatan nilai jual produk

UMKM pada era digital perlu dipahami sebagai proses yang tidak hanya menyentuh aspek produksi, tetapi juga mencakup penguatan komunikasi visual, konsistensi identitas usaha, kejelasan pesan promosi, dan kemampuan membaca kondisi keuangan usaha secara lebih tertib.

Konteks tersebut relevan dengan pelaku UMKM di Jawa Timur yang memiliki keragaman produk lokal, mulai dari makanan olahan, minuman, *fashion*, kerajinan, hingga produk rumah tangga. Potensi produk tersebut memberikan peluang besar untuk diperluas melalui media sosial dan *marketplace*. Namun, peluang ini belum selalu diikuti oleh kesiapan keterampilan digital yang memadai. Sebagian pelaku UMKM telah menggunakan kanal *online*, tetapi konten promosi yang ditampilkan masih bersifat spontan, belum terencana, dan belum memiliki karakter visual yang membedakan produk dari pesaing. Pada saat yang sama, sebagian pelaku usaha masih mencatat transaksi secara manual, tidak rutin, atau bercampur dengan keuangan pribadi. Kondisi ini menyebabkan pelaku UMKM sulit menilai perkembangan usaha, menentukan harga jual, mengukur keuntungan, mengendalikan biaya, dan merancang strategi promosi berdasarkan data usaha yang memadai.

Permasalahan promosi digital pada UMKM tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan perangkat teknologi, tetapi juga dengan kemampuan menggunakan teknologi secara produktif. Aplikasi desain seperti Canva relatif mudah diakses, tetapi tanpa pemahaman mengenai prinsip desain promosi, pelaku usaha sering kali hanya menggunakan *template* secara acak tanpa mempertimbangkan keterbacaan, komposisi warna, konsistensi identitas usaha, dan kesesuaian pesan dengan target konsumen. Padahal, pelatihan Canva pada pelaku UMKM telah terbukti membantu peningkatan kreativitas desain promosi, memperbaiki kualitas konten visual, dan mendukung pemasaran digital yang lebih menarik (Zettira et al., 2022; Putri et al., 2024; Chandra et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan desain digital dapat menjadi pintu masuk strategis untuk memperkuat profesionalitas promosi UMKM, terutama bagi pelaku usaha yang belum memiliki latar belakang desain grafis formal.

Canva menjadi relevan dalam kegiatan pengabdian karena karakter aplikasinya sederhana, berbasis *template*, dapat diakses melalui gawai, serta sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM yang memerlukan media promosi cepat dan praktis. Pelatihan Canva pada UMKM dinilai mampu mendukung pembuatan materi promosi, memperkuat branding produk, dan meningkatkan kemampuan peserta dalam merancang konten visual untuk media sosial (Endra et al., 2024; Fatimah et al., 2024). Dalam konteks pelaku UMKM di beberapa kabupaten/kota di Jawa Timur yang mengikuti pelatihan secara online, penggunaan Canva juga sesuai dengan pola pembelajaran daring karena peserta dapat langsung mempraktikkan pembuatan desain dari lokasi masing-masing. Model ini memungkinkan peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga menghasilkan luaran nyata berupa desain promosi produk yang dapat digunakan pada media sosial, katalog digital, dan etalase *marketplace*.

Meskipun demikian, peningkatan kualitas desain promosi tidak akan memberikan dampak optimal apabila tidak diikuti dengan pencatatan keuangan yang baik. Konten promosi yang menarik dapat meningkatkan perhatian konsumen, tetapi pelaku UMKM tetap membutuhkan catatan keuangan untuk mengetahui apakah aktivitas penjualan benar-benar menghasilkan keuntungan. Banyak pelaku UMKM masih kesulitan membedakan omzet dan laba, belum menghitung biaya produksi secara rinci, serta belum memisahkan uang usaha dan uang pribadi. Akibatnya, keputusan usaha sering dibuat berdasarkan perkiraan, bukan berdasarkan informasi keuangan yang akurat. Pendampingan pencatatan keuangan digital terbukti membantu UMKM memahami transaksi usaha, menyusun laporan sederhana, dan meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya pembukuan usaha (Dewi et al., 2020; Ahdi & Rochman, 2022).

Digitalisasi pencatatan keuangan perlu ditempatkan sebagai bagian dari penguatan kapasitas manajerial UMKM, bukan sekadar kemampuan menggunakan aplikasi. Aplikasi pencatatan keuangan digital seperti SIAPIK, BukuKas, BukuWarung, CrediBook, Money Manager, atau aplikasi sejenis dapat membantu pelaku usaha mencatat pemasukan, pengeluaran, piutang, utang, stok, dan arus kas secara lebih praktis. Kurniawan et al. (2022) menunjukkan bahwa literasi penggunaan aplikasi keuangan digital dapat memperkuat pemahaman UMKM mengenai pentingnya pembukuan usaha. Yahyasari dan As'ari (2024) juga menegaskan bahwa pendampingan pembukuan digital membantu pelaku UMKM mencatat transaksi secara lebih mudah dan teratur. Dengan demikian, pencatatan keuangan digital berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan usaha, termasuk dalam menentukan harga, mengevaluasi efektivitas promosi, dan merencanakan pengembangan produk.

Keterkaitan antara desain digital dan pencatatan keuangan digital menjadi dasar penting dalam merancang kegiatan pengabdian ini. Peningkatan nilai jual produk secara *online* tidak hanya ditentukan oleh kemampuan membuat desain promosi yang menarik, tetapi juga oleh kemampuan mengelola informasi keuangan agar pelaku usaha mengetahui biaya, margin, dan hasil penjualan. Desain promosi membantu menciptakan persepsi nilai di mata konsumen, sedangkan pencatatan keuangan membantu pelaku UMKM memastikan bahwa nilai jual yang dibangun secara visual juga menghasilkan manfaat ekonomi bagi usaha. Dengan kata lain, visualisasi produk dan pembukuan digital merupakan dua aspek yang saling melengkapi dalam penguatan daya saing UMKM. Penggunaan Canva dapat membantu UMKM membuat konten gambar untuk media sosial sebagai upaya promosi produk, sedangkan pelatihan pencatatan keuangan digital membantu UMKM memperkuat tata kelola usaha secara lebih sistematis (Sholeh et al., 2020; Dewi et al., 2020; Kurniawan et al., 2022).

Pelaksanaan kegiatan secara *online* memberikan nilai tambah karena peserta berasal dari beberapa wilayah di Jawa Timur. Model daring memungkinkan kegiatan menjangkau pelaku UMKM lintas kabupaten/kota tanpa harus menghadirkan peserta pada satu lokasi fisik. Hal ini sesuai dengan karakter pelatihan digital yang menuntut peserta menggunakan perangkat masing-masing, mempraktikkan aplikasi secara langsung, dan memperoleh umpan balik terhadap hasil desain maupun pencatatan yang dibuat. Selain itu, pelatihan online memungkinkan terjadinya pertukaran pengalaman antar peserta mengenai praktik promosi, kendala pencatatan transaksi, penggunaan media sosial, dan strategi mempertahankan usaha. Dengan demikian, format daring bukan hanya pilihan teknis pelaksanaan, tetapi juga menjadi pendekatan pemberdayaan yang relevan untuk membangun ekosistem belajar UMKM berbasis digital.

Kegiatan pengabdian terdahulu umumnya berfokus pada pelatihan desain digital atau pendampingan pencatatan keuangan digital secara terpisah. Pelatihan Canva banyak diarahkan untuk meningkatkan kualitas konten promosi dan branding produk, sedangkan pelatihan aplikasi keuangan digital lebih banyak difokuskan pada pembukuan sederhana. Meskipun keduanya penting, pelaku UMKM membutuhkan pendekatan yang lebih terintegrasi karena masalah promosi dan keuangan sering muncul secara bersamaan dalam praktik usaha. Pelaku usaha yang mampu membuat konten menarik tetap membutuhkan pencatatan untuk mengukur dampak penjualan, sedangkan pelaku usaha yang memiliki catatan keuangan tetap membutuhkan promosi visual agar produk lebih mudah dikenal konsumen. Oleh karena itu, pengabdian ini menawarkan pendekatan terpadu melalui pelatihan desain digital dan pencatatan keuangan digital dalam satu rangkaian kegiatan *online*.

Kebaruan kegiatan ini terletak pada integrasi dua kompetensi praktis yang langsung berkaitan dengan peningkatan nilai jual produk UMKM secara *online*, yaitu kompetensi visual-promosional dan kompetensi pencatatan keuangan digital. Kegiatan ini tidak hanya diarahkan agar peserta mampu membuat desain promosi, tetapi juga agar peserta memahami hubungan antara tampilan produk, harga jual, biaya usaha, dan pencatatan transaksi. Dengan desain pelatihan daring, kegiatan ini menyesuaikan karakter peserta yang tersebar di beberapa wilayah Jawa Timur sehingga proses pemberdayaan dapat berlangsung lebih fleksibel, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha di era digital. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas UMKM dalam menampilkan produk secara lebih profesional, mengelola keuangan usaha secara lebih tertib, dan meningkatkan peluang penjualan melalui kanal *online*.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan pelatihan desain digital dan pencatatan keuangan digital kepada pelaku UMKM di beberapa kabupaten/kota di Jawa Timur secara *online*. Pelatihan desain digital diarahkan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat konten promosi produk yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakter usaha. Pelatihan pencatatan keuangan digital diarahkan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam mencatat transaksi, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, memahami arus kas sederhana, serta menggunakan informasi keuangan untuk mendukung keputusan usaha. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan nilai jual produk UMKM secara *online* melalui penguatan aspek visual promosi dan tata kelola keuangan digital yang lebih terarah.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan secara *daring* kepada pelaku UMKM yang berasal dari beberapa wilayah di Jawa Timur. Metode pelaksanaan dirancang sebagai pelatihan

partisipatif berbasis praktik dan pendampingan terarah. Pendekatan ini dipilih karena permasalahan utama mitra tidak hanya terletak pada rendahnya pengetahuan mengenai aplikasi digital, tetapi juga pada belum terbentuknya kebiasaan menggunakan desain promosi dan pencatatan keuangan digital secara konsisten dalam kegiatan usaha sehari-hari. Oleh karena itu, proses pengabdian tidak berhenti pada penyampaian materi, tetapi diarahkan pada perubahan keterampilan peserta melalui praktik langsung, penugasan sederhana, umpan balik, dan tindak lanjut pascapelatihan.

#### **Desain dan Pendekatan Kegiatan**

Desain kegiatan menggunakan model pelatihan daring terintegrasi yang memadukan peningkatan kemampuan desain digital dan pencatatan keuangan digital. Integrasi dua materi tersebut menjadi dasar metode pengabdian karena peningkatan nilai jual produk secara *online* tidak dapat hanya bertumpu pada tampilan promosi, tetapi juga memerlukan kemampuan pelaku UMKM dalam membaca biaya, transaksi, dan potensi keuntungan usaha. Dengan demikian, desain pelaksanaan disusun dalam dua klaster kompetensi, yaitu kompetensi visual-promosi melalui Canva dan kompetensi pengelolaan transaksi melalui aplikasi Money Manager.

Pelatihan dilaksanakan melalui pertemuan sinkron menggunakan media konferensi video dan pendampingan sinkron melalui grup komunikasi *daring*. Pertemuan sinkron digunakan untuk penyampaian konsep, demonstrasi penggunaan aplikasi, diskusi, dan praktik bersama. Sementara itu, pendampingan sinkron digunakan untuk mengumpulkan tugas, memberikan umpan balik terhadap hasil desain dan pencatatan peserta, serta memfasilitasi kendala teknis yang muncul setelah sesi utama selesai. Pola ini dipilih agar peserta dari beberapa wilayah di Jawa Timur tetap dapat mengikuti kegiatan tanpa hambatan jarak, sekaligus memiliki ruang belajar yang lebih fleksibel sesuai kondisi usaha masing-masing.

Secara metodologis, kegiatan ini menggunakan pendekatan *learning by doing*. Setiap materi disertai praktik langsung sehingga peserta tidak hanya memahami fungsi aplikasi, tetapi mampu menghasilkan luaran nyata yang dapat digunakan dalam promosi dan pengelolaan usaha. Pada materi Canva, peserta diarahkan untuk membuat konten promosi produk, poster digital, atau *template* unggahan media sosial. Pada materi Money Manager, peserta diarahkan untuk mencatat transaksi pemasukan, pengeluaran, modal, dan kategori biaya usaha. Keterhubungan kedua praktik tersebut menjadi dasar analisis pelaksanaan, yaitu bahwa desain promosi yang baik perlu diikuti pencatatan keuangan yang tertib agar pelaku UMKM dapat menilai perkembangan usaha secara lebih rasional.

#### **Sasaran dan Karakteristik Peserta**

Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM di beberapa kabupaten/kota di Jawa Timur yang telah memiliki produk atau layanan usaha dan membutuhkan penguatan kapasitas digital. Peserta dipilih dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif dalam usaha, kesediaan mengikuti pelatihan secara daring, kepemilikan perangkat digital, serta kebutuhan terhadap peningkatan promosi *online* dan pencatatan transaksi usaha. Karakteristik peserta yang beragam menjadi pertimbangan dalam penyusunan materi, sehingga pelatihan tidak disusun terlalu teknis, tetapi berorientasi pada penggunaan aplikasi yang sederhana, mudah diikuti, dan langsung berhubungan dengan kebutuhan usaha.

Ruang lingkup kegiatan mencakup pelaku usaha makanan dan minuman, kerajinan, produk rumah tangga, jasa, serta jenis usaha lain yang relevan dengan promosi digital. Perbedaan sektor usaha tidak dijadikan hambatan, tetapi dimanfaatkan sebagai ruang pembelajaran bersama. Peserta dapat melihat contoh desain dan pola pencatatan dari usaha lain, sehingga proses pelatihan tidak bersifat satu arah. Interaksi lintas pelaku usaha ini menjadi nilai tambah pelaksanaan daring karena peserta dari wilayah yang berbeda dapat saling membandingkan strategi promosi, kendala pencatatan, dan praktik pengelolaan usaha yang selama ini digunakan.

**Tabel 1.** Sasaran, Kebutuhan, dan Arah Intervensi Kegiatan

<b>Komponen Sasaran</b>	<b>Kebutuhan Utama Peserta</b>	<b>Arah Intervensi</b>
<b>Pelaku UMKM pemula dan berkembang</b>	Memerlukan promosi digital yang lebih menarik, mudah dibuat, dan sesuai identitas produk	Pelatihan Canva untuk membuat desain promosi, poster produk, dan konten media sosial
<b>Pelaku usaha yang sudah menggunakan media sosial</b>	Mebutuhkan konsistensi tampilan visual agar produk lebih mudah dikenali konsumen	Pendampingan pembuatan <i>template</i> promosi yang dapat digunakan ulang

<b>Pelaku usaha dengan pencatatan manual atau belum rutin</b>	Memerlukan pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan kategori biaya secara praktis	Pelatihan Money Manager untuk pencatatan transaksi harian usaha
<b>Pelaku usaha dari beberapa wilayah di Jawa Timur</b>	Mebutuhkan akses pelatihan yang fleksibel tanpa harus hadir di lokasi tertentu	Pelaksanaan <i>daring</i> melalui pertemuan sinkron dan pendampingan sinkron

### ***Tahapan Pelaksanaan Kegiatan***

Pelaksanaan kegiatan disusun dalam lima tahap utama, yaitu persiapan, pelaksanaan pelatihan inti, praktik mandiri, pendampingan, serta evaluasi dan tindak lanjut. Tahapan ini dirancang secara berurutan agar kegiatan tidak hanya menghasilkan peningkatan pemahaman sesaat, tetapi juga menghasilkan bukti perubahan keterampilan peserta. Setiap tahap memiliki fungsi yang berbeda. Tahap persiapan digunakan untuk memetakan kebutuhan peserta, tahap pelatihan inti digunakan untuk membangun pemahaman dan keterampilan dasar, tahap praktik mandiri digunakan untuk menghasilkan produk belajar, tahap pendampingan digunakan untuk memperbaiki hasil kerja peserta, sedangkan tahap evaluasi digunakan untuk menilai ketercapaian kegiatan.

**Tabel 2.** Tahapan, Aktivitas, dan Luaran Pelaksanaan Pengabdian

<b>Tahap</b>	<b>Aktivitas Utama</b>	<b>Penekanan Analitis</b>	<b>Luaran</b>
<b>Persiapan</b>	Identifikasi peserta, pemetaan kebutuhan, penyusunan modul, dan penyiapan media <i>daring</i>	Tahap ini memastikan materi sesuai dengan masalah nyata UMKM, bukan hanya mengikuti ketersediaan aplikasi	Daftar peserta, peta kebutuhan, modul, dan jadwal kegiatan
<b>Pelatihan Canva</b>	Pengenalan prinsip desain sederhana, demonstrasi fitur Canva, dan praktik membuat konten promosi	Desain diposisikan sebagai alat peningkatan nilai jual, bukan sekadar tampilan visual	Poster atau konten promosi digital produk UMKM
<b>Pelatihan Money Manager</b>	Pengenalan kategori transaksi, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, serta simulasi laporan sederhana	Pencatatan keuangan diarahkan untuk membantu keputusan harga, biaya, dan keuntungan	Catatan transaksi digital dan ringkasan arus kas sederhana
<b>Praktik Mandiri</b>	Peserta membuat desain promosi dan menginput contoh transaksi usaha masing-masing	Praktik menguji kemampuan peserta menerapkan materi pada konteks usaha riil	Portofolio desain dan file/ <i>screenshot</i> pencatatan keuangan
<b>Pendampingan</b>	Umpan balik terhadap hasil desain, koreksi pencatatan, dan diskusi kendala teknis	Pendampingan berfungsi sebagai koreksi kualitas agar luaran peserta layak digunakan	Revisi desain, perbaikan kategori transaksi, dan peningkatan pemahaman peserta
<b>Evaluasi dan Tindak Lanjut</b>	Penilaian ketercapaian luaran, refleksi peserta, dan penyusunan rekomendasi penggunaan berkelanjutan	Evaluasi difokuskan pada perubahan keterampilan praktis dan kesiapan penggunaan aplikasi	Hasil evaluasi, rekomendasi, dan rencana tindak lanjut

### ***Pelaksanaan Pelatihan Desain Digital Menggunakan Canva***

Materi Canva diberikan untuk menjawab kebutuhan pelaku UMKM dalam memperbaiki kualitas promosi *online*. Pelatihan diawali dengan pengenalan fungsi desain digital dalam membangun persepsi nilai produk. Peserta diarahkan untuk memahami bahwa desain promosi tidak hanya berfungsi sebagai hiasan, tetapi sebagai media komunikasi yang menampilkan identitas produk, keunggulan, harga, informasi pemesanan, dan ajakan pembelian. Pemahaman ini penting agar peserta tidak sekadar

menggunakan *template* yang tersedia, tetapi mampu menyesuaikannya dengan karakter produk dan target konsumen.

Sesi praktik Canva dilakukan melalui demonstrasi bertahap. Tim pengabdian menampilkan cara memilih *template*, mengatur komposisi teks dan gambar, menyesuaikan warna, menyisipkan foto produk, menambahkan elemen promosi, serta menyimpan desain dalam format yang sesuai untuk media sosial. Peserta kemudian diminta membuat satu desain promosi berdasarkan produk masing-masing. Hasil desain dikumpulkan melalui grup daring untuk diberikan umpan balik. Aspek yang diperhatikan meliputi keterbacaan teks, kejelasan informasi produk, kesesuaian warna, penempatan foto, daya tarik visual, dan kesesuaian desain dengan media promosi *online*.

Analisis pelaksanaan pada sesi ini difokuskan pada kemampuan peserta mengubah promosi produk dari bentuk sederhana menjadi konten visual yang lebih terstruktur. Keberhasilan tidak hanya dilihat dari kemampuan membuka dan menggunakan aplikasi Canva, tetapi dari kemampuan peserta menghasilkan desain yang dapat digunakan sebagai bahan promosi nyata. Dengan demikian, luaran pelatihan Canva tidak berhenti pada pengetahuan teknis, tetapi diarahkan pada pembentukan portofolio promosi digital yang dapat dimanfaatkan setelah kegiatan selesai.

#### ***Pelaksanaan Pelatihan Pencatatan Keuangan Digital Menggunakan Money Manager***

Materi Money Manager diberikan untuk mengatasi persoalan pencatatan transaksi yang belum tertib pada sebagian pelaku UMKM. Pelatihan dimulai dengan penjelasan mengenai pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan keuangan usaha. Peserta diarahkan untuk memahami bahwa pencatatan keuangan tidak harus dimulai dari laporan yang kompleks, tetapi dapat diawali dari pencatatan transaksi harian secara konsisten. Penekanan ini diperlukan karena sebagian pelaku UMKM sering menganggap pencatatan keuangan sebagai aktivitas yang sulit, padahal informasi sederhana tentang pemasukan, pengeluaran, biaya bahan, biaya operasional, dan keuntungan sangat penting untuk keberlanjutan usaha.

Praktik Money Manager dilakukan dengan simulasi pencatatan transaksi usaha. Peserta diperkenalkan pada fitur pemasukan, pengeluaran, kategori transaksi, tanggal transaksi, keterangan transaksi, serta ringkasan keuangan sederhana. Setiap peserta diminta menginput contoh transaksi yang sesuai dengan usaha masing-masing, seperti pembelian bahan baku, biaya kemasan, biaya promosi, penjualan produk, ongkos kirim, atau biaya operasional lain. Praktik ini membantu peserta memahami hubungan antara transaksi harian dan kondisi keuangan usaha secara keseluruhan.

Analisis pelaksanaan pada sesi ini difokuskan pada perubahan cara pandang peserta terhadap pencatatan keuangan. Aplikasi Money Manager tidak ditempatkan hanya sebagai alat pencatat, tetapi sebagai instrumen bantu untuk membaca pola biaya dan penerimaan usaha. Dengan pencatatan yang lebih teratur, pelaku UMKM dapat mengevaluasi apakah kegiatan promosi digital yang dilakukan berdampak pada penjualan, apakah biaya produksi masih terkendali, dan apakah harga jual sudah sesuai dengan struktur biaya. Oleh karena itu, pelatihan pencatatan keuangan digital menjadi bagian penting dalam upaya meningkatkan nilai jual produk secara *online*.

#### ***Strategi Pendampingan Daring***

Pendampingan *daring* dilakukan setelah sesi pelatihan utama untuk memastikan peserta dapat menyelesaikan tugas praktik dan memperbaiki hasil kerja. Pendampingan dilakukan melalui grup komunikasi daring yang berfungsi sebagai ruang konsultasi, pengumpulan tugas, berbagi kendala, dan pemberian umpan balik. Tim pengabdian memberikan arahan secara bertahap agar peserta tidak hanya menyelesaikan tugas, tetapi memahami alasan perbaikan yang diberikan. Misalnya, perbaikan desain tidak hanya diarahkan pada aspek estetika, tetapi juga pada keterbacaan informasi, kekuatan pesan promosi, dan kesesuaian dengan karakter produk. Demikian pula koreksi pencatatan keuangan tidak hanya diarahkan pada benar atau salahnya input, tetapi juga pada ketepatan kategori transaksi dan keteraturan pencatatan.

Strategi pendampingan ini penting karena pelatihan *daring* memiliki tantangan berupa perbedaan kemampuan digital, kualitas jaringan, dan intensitas keterlibatan peserta. Untuk mengurangi hambatan tersebut, materi disusun dalam bentuk langkah-langkah sederhana, demonstrasi dilakukan secara visual, dan peserta diberi kesempatan bertanya selama maupun setelah sesi pelatihan. Pendampingan juga memberi ruang bagi peserta yang belum dapat menyelesaikan tugas pada saat sesi sinkron berlangsung. Dengan demikian, metode daring tidak hanya menjadi sarana penyampaian materi, tetapi juga menjadi mekanisme pendampingan yang adaptif terhadap kondisi peserta.

#### ***Evaluasi Keberhasilan Kegiatan***

Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan dengan menilai proses, luaran, dan respons peserta. Evaluasi proses melihat kehadiran, partisipasi, dan keterlibatan peserta dalam diskusi serta praktik. Evaluasi luaran melihat hasil desain promosi yang dibuat melalui Canva dan hasil pencatatan transaksi menggunakan Money Manager. Evaluasi respons peserta melihat persepsi peserta terhadap manfaat pelatihan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan kesiapan menggunakan aplikasi secara berkelanjutan. Evaluasi tersebut dipilih agar keberhasilan kegiatan tidak hanya diukur dari terselenggaranya pelatihan, tetapi dari perubahan kemampuan praktis yang dapat diamati melalui hasil kerja peserta.

Indikator keberhasilan dirumuskan secara operasional agar sesuai dengan karakter pengabdian. Pada aspek desain digital, kegiatan dinilai berhasil apabila peserta mampu menghasilkan minimal satu desain promosi yang memuat informasi produk secara jelas dan layak digunakan di media sosial. Pada aspek pencatatan keuangan digital, kegiatan dinilai berhasil apabila peserta mampu menginput contoh transaksi usaha ke dalam aplikasi Money Manager dengan kategori yang tepat. Pada aspek keberlanjutan, kegiatan dinilai berhasil apabila peserta menunjukkan komitmen untuk menggunakan desain promosi dan pencatatan keuangan digital setelah kegiatan selesai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Hasil*

#### **Hasil Persiapan, Pemetaan Kebutuhan, dan Kesiapan Pelaksanaan Daring**

Hasil pelaksanaan kegiatan diawali dari tahapan persiapan sebagaimana dirancang dalam metode, yaitu koordinasi peserta, pemetaan kebutuhan, dan penyiapan teknis pelatihan daring. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan identifikasi awal terhadap karakteristik pelaku UMKM yang berasal dari beberapa wilayah di Jawa Timur. Identifikasi tersebut diarahkan untuk memahami jenis usaha, media promosi yang telah digunakan, kebiasaan pencatatan transaksi, serta kesiapan peserta dalam mengikuti pelatihan berbasis aplikasi. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa peserta memiliki tingkat pemanfaatan teknologi yang beragam. Sebagian peserta telah menggunakan media sosial untuk menawarkan produk, tetapi belum seluruhnya mampu membuat konten promosi yang konsisten dan menarik. Pada aspek keuangan, sebagian peserta belum memiliki pola pencatatan transaksi yang rutin dan masih mengandalkan catatan manual sederhana atau ingatan pribadi.

Temuan awal tersebut memperjelas bahwa kebutuhan peserta tidak hanya terletak pada pengenalan aplikasi, tetapi juga pada penguatan cara berpikir digital dalam mengelola usaha. Peserta membutuhkan materi yang praktis, mudah diikuti, dan langsung berkaitan dengan aktivitas usaha sehari-hari. Oleh karena itu, strategi pelaksanaan daring tidak diarahkan sebagai seminar satu arah, melainkan sebagai pelatihan berbasis praktik. Peserta disiapkan untuk mengikuti demonstrasi, mencoba fitur aplikasi, mengerjakan tugas sederhana, dan memperoleh umpan balik dari tim pengabdian. Penyesuaian ini penting karena pelatihan online memiliki tantangan tersendiri, terutama perbedaan kualitas jaringan, variasi perangkat yang digunakan, dan kemampuan awal peserta dalam mengoperasikan aplikasi digital.

Dari sisi kesiapan pelaksanaan, penggunaan ruang virtual dan grup komunikasi digital membantu menjaga keberlanjutan interaksi antara tim pengabdian dan peserta. Pertemuan virtual digunakan untuk penyampaian materi, demonstrasi, dan diskusi, sedangkan grup komunikasi digunakan untuk pendampingan teknis, pengumpulan hasil praktik, serta penyampaian informasi lanjutan. Mekanisme ini membuat kegiatan tetap berjalan secara terstruktur walaupun peserta berada di wilayah yang berbeda. Dengan demikian, hasil pada tahap persiapan menunjukkan bahwa desain pelaksanaan daring mampu menjawab keterbatasan geografis, sekaligus memberi ruang bagi peserta UMKM untuk belajar secara fleksibel sesuai perangkat dan kondisi usaha masing-masing.

#### **Hasil Implementasi Pelatihan Canva dan Money Manager Berbasis Praktik**

Tahap implementasi pelatihan dilaksanakan sesuai dengan rancangan metode, yaitu melalui penyampaian materi inti, demonstrasi penggunaan aplikasi, praktik mandiri, dan diskusi. Pada sesi desain digital, peserta diperkenalkan pada fungsi Canva sebagai alat bantu pembuatan konten promosi produk. Materi tidak hanya berisi pengenalan fitur, tetapi diarahkan pada cara menyusun desain yang mendukung penjualan *online*, seperti pemilihan *template*, komposisi warna, penggunaan foto produk, penempatan informasi harga, penulisan kalimat promosi, serta penyusunan identitas visual usaha. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mulai memahami bahwa desain promosi bukan sekadar hiasan visual, melainkan bagian dari strategi komunikasi produk kepada calon konsumen.

Perubahan yang tampak pada sesi Canva adalah meningkatnya kemampuan peserta dalam menyusun konten promosi yang lebih rapi, informatif, dan sesuai dengan karakter produk. Sebelum praktik, sebagian peserta cenderung menampilkan produk secara sederhana tanpa memperhatikan struktur informasi dan daya tarik visual. Setelah mengikuti demonstrasi dan praktik, peserta dapat membuat desain poster, katalog sederhana, atau konten media sosial yang memuat nama produk, keunggulan produk, harga, kontak pemesanan, serta ajakan membeli. Capaian ini menunjukkan bahwa keterampilan desain digital dapat ditingkatkan melalui pendekatan aplikatif, terutama ketika peserta langsung mengerjakan desain berdasarkan produk usaha masing-masing. Dalam konteks pemasaran online, hasil ini penting karena tampilan visual menjadi pintu awal bagi konsumen untuk mengenali dan menilai kualitas produk UMKM.

Pada sesi pencatatan keuangan digital, peserta diperkenalkan pada penggunaan Money Manager sebagai aplikasi pencatatan transaksi harian. Materi diarahkan pada pemahaman dasar mengenai pemisahan keuangan pribadi dan usaha, pencatatan pemasukan, pencatatan pengeluaran, pengelompokan biaya, serta pembacaan ringkasan transaksi. Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mulai mampu membuat kategori sederhana sesuai kebutuhan usaha, memasukkan transaksi penjualan, mencatat biaya bahan baku atau operasional, dan melihat rekapitulasi keuangan secara lebih teratur. Capaian ini menjadi penting karena banyak pelaku UMKM mengalami kesulitan mengevaluasi usaha bukan karena tidak memiliki penjualan, melainkan karena tidak memiliki data keuangan yang tertib.

Integrasi antara pelatihan Canva dan Money Manager menghasilkan manfaat yang saling melengkapi. Canva membantu peserta meningkatkan daya tarik promosi produk, sedangkan Money Manager membantu peserta membaca kondisi usaha secara lebih terukur. Dengan kata lain, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis penggunaan aplikasi, tetapi juga memperkuat pemahaman bahwa pemasaran dan keuangan merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam peningkatan nilai jual produk. Promosi yang lebih menarik perlu diikuti pencatatan yang lebih tertib agar pelaku UMKM dapat menilai apakah aktivitas promosi berdampak terhadap transaksi, arus kas, dan keuntungan usaha.

#### **Hasil Evaluasi, Pendampingan, Luaran, dan Tindak Lanjut Kegiatan**

Tahap evaluasi dilakukan dengan menilai ketercapaian luaran praktik peserta sesuai indikator yang telah dirancang dalam metode pelaksanaan. Evaluasi tidak hanya melihat kehadiran peserta dalam kegiatan daring, tetapi juga memperhatikan kemampuan peserta menghasilkan desain promosi dan melakukan pencatatan transaksi sederhana. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mampu mengikuti alur pelatihan dengan baik, meskipun terdapat perbedaan kecepatan dalam memahami fitur aplikasi. Peserta yang sebelumnya belum terbiasa menggunakan aplikasi desain membutuhkan pendampingan lebih intensif pada tahap pemilihan template, pengaturan teks, dan penyesuaian foto produk. Sementara itu, pada aplikasi Money Manager, sebagian peserta membutuhkan arahan tambahan dalam membedakan kategori pemasukan, pengeluaran, biaya usaha, dan penggunaan uang pribadi.

Pendampingan setelah sesi pelatihan menjadi bagian penting karena membantu peserta memperbaiki hasil praktik secara bertahap. Pada aspek desain, umpan balik diberikan terhadap kerapian tata letak, kejelasan informasi produk, konsistensi warna, dan kekuatan pesan promosi. Pada aspek pencatatan keuangan, pendampingan diarahkan pada ketepatan kategori transaksi, kebiasaan mencatat transaksi harian, serta pemisahan antara uang usaha dan uang pribadi. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa peserta lebih mudah memahami materi ketika contoh yang digunakan berasal dari kasus usaha mereka sendiri. Hal ini memperlihatkan bahwa pelatihan UMKM secara *online* tetap dapat menghasilkan pembelajaran yang bermakna apabila dikombinasikan dengan praktik langsung dan umpan balik yang spesifik.

Luaran utama kegiatan ini berupa desain promosi digital produk UMKM dan contoh pencatatan transaksi usaha menggunakan Money Manager. Luaran desain dapat digunakan peserta sebagai bahan promosi di media sosial atau kanal penjualan *online*, sedangkan luaran pencatatan keuangan dapat menjadi dasar awal untuk membangun kebiasaan pembukuan digital. Selain luaran teknis, kegiatan ini juga menghasilkan perubahan pemahaman peserta mengenai pentingnya menghubungkan promosi dan pengelolaan keuangan. Peserta tidak hanya diarahkan untuk membuat tampilan produk yang lebih menarik, tetapi juga untuk memahami bahwa peningkatan nilai jual perlu diikuti kemampuan mengelola arus kas, biaya, dan keuntungan secara lebih tertib.

Tindak lanjut kegiatan diarahkan pada pemanfaatan hasil pelatihan dalam aktivitas usaha harian. Peserta didorong untuk memperbarui konten promosi secara berkala, menggunakan desain yang

konsisten dengan identitas usaha, dan mencatat transaksi secara rutin melalui aplikasi keuangan digital. Secara keseluruhan, hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa model pelatihan daring dapat menjadi pendekatan efektif untuk meningkatkan kapasitas UMKM lintas wilayah, khususnya ketika materi disusun secara praktis, berbasis kebutuhan peserta, dan dilengkapi pendampingan. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa peningkatan nilai jual produk secara online tidak cukup hanya melalui promosi visual, tetapi membutuhkan dukungan tata kelola keuangan yang tertib agar pengembangan usaha lebih terarah dan berkelanjutan.

**Tabel 3.** Keselarasan Tahapan Metode dan Hasil Pelaksanaan

<b>Tahapan dalam Metode Pelaksanaan</b>	<b>Hasil Pelaksanaan</b>	<b>Makna Capaian</b>
<b>Persiapan dan pemetaan kebutuhan peserta</b>	Teridentifikasi kebutuhan utama peserta pada aspek desain promosi digital, pencatatan transaksi, kesiapan perangkat, dan pola penggunaan media <i>online</i>	Kegiatan menjadi lebih tepat sasaran karena materi disusun berdasarkan masalah nyata pelaku UMKM
<b>Pelatihan desain digital menggunakan Canva</b>	Peserta mampu membuat desain promosi sederhana berupa poster, katalog mini, atau konten media sosial yang lebih rapi dan informatif	Produk UMKM memiliki peluang lebih besar untuk tampil profesional dan menarik perhatian konsumen <i>online</i>
<b>Pelatihan pencatatan keuangan menggunakan Money Manager</b>	Peserta mampu membuat kategori pemasukan dan pengeluaran, memasukkan transaksi, serta membaca ringkasan transaksi sederhana	Pelaku UMKM mulai memiliki dasar pembukuan digital untuk memantau arus kas dan keuntungan usaha
<b>Pendampingan dan umpan balik daring</b>	Peserta memperoleh koreksi terhadap desain promosi dan alur pencatatan keuangan sesuai kondisi usaha masing-masing	Pembelajaran menjadi lebih aplikatif karena peserta memperbaiki luaran berdasarkan produk dan transaksi usahanya sendiri
<b>Evaluasi dan tindak lanjut</b>	Luaran kegiatan berupa desain promosi digital dan contoh pencatatan transaksi yang dapat digunakan dalam aktivitas usaha haria	Kegiatan tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi diarahkan menjadi kebiasaan digital dalam pemasaran dan pengelolaan usah

Berdasarkan keselarasan tersebut, hasil pelaksanaan kegiatan telah mengikuti alur metode yang ditetapkan. Tahap persiapan menghasilkan pemetaan kebutuhan peserta, tahap implementasi menghasilkan keterampilan praktis pada desain promosi dan pencatatan keuangan digital, sedangkan tahap evaluasi dan pendampingan menghasilkan luaran yang dapat digunakan peserta dalam kegiatan usaha. Dengan demikian, hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan *online* yang dirancang secara terstruktur dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat kapasitas digital UMKM di Jawa Timur.

***Pembahasan***

**Efektivitas Pelatihan *Daring* dalam Menjangkau UMKM Lintas Wilayah Jawa Timur**

Pelaksanaan pengabdian secara *daring* menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas UMKM tidak selalu harus dilakukan melalui pertemuan tatap muka. Dalam konteks peserta yang berasal dari beberapa wilayah di Jawa Timur, model *online* menjadi strategi yang relevan karena mampu mengatasi hambatan jarak, waktu, dan biaya mobilitas. Pola ini juga sejalan dengan karakter materi pelatihan yang berbasis aplikasi digital, sebab peserta dapat langsung mempraktikkan penggunaan Canva dan Money Manager melalui perangkat yang digunakan sehari-hari. Dengan demikian, efektivitas kegiatan tidak hanya diukur dari kelancaran penyampaian materi, tetapi juga dari kemampuan peserta mengikuti demonstrasi, melakukan praktik mandiri, dan memperoleh umpan balik secara langsung. Hal ini memperkuat temuan bahwa pelatihan berbasis aplikasi digital dapat menjadi sarana praktis untuk meningkatkan kemampuan promosi UMKM apabila dirancang secara sederhana dan aplikatif (Nurhayaty et al., 2022; Fifaldyovan et al., 2024).

Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa peserta tidak hanya membutuhkan pengetahuan umum tentang digitalisasi, tetapi juga membutuhkan panduan teknis yang dapat langsung diterapkan pada usaha masing-masing. Pada sesi awal, sebagian peserta telah mengenal media sosial sebagai sarana promosi, tetapi belum memahami bagaimana membuat tampilan konten yang konsisten dan profesional. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kepemilikan akses digital dan kemampuan menggunakan akses tersebut untuk meningkatkan performa usaha. Pelatihan daring menjadi ruang yang memungkinkan peserta belajar melalui demonstrasi langsung, praktik bertahap, dan diskusi atas kendala yang mereka alami. Temuan ini sejalan dengan kegiatan pengabdian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pelatihan Canva dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dan pelaku UMKM dalam merancang konten atau produk promosi secara lebih menarik (Chandra et al., 2024; Fatimah et al., 2024).

Keunggulan lain dari pelaksanaan *daring* adalah terbentuknya proses belajar yang lebih fleksibel. Peserta dapat mengikuti penjelasan materi, melihat contoh desain, mencoba fitur aplikasi, dan menyesuaikan praktik dengan jenis produk masing-masing. Dalam pelatihan desain promosi, fleksibilitas ini penting karena setiap UMKM memiliki karakter visual, segmen konsumen, dan kebutuhan informasi produk yang berbeda. Penggunaan media sosial sebagai ruang pemasaran menuntut pelaku usaha untuk mampu menghasilkan konten yang cepat, relevan, dan mudah diperbarui. Oleh karena itu, pelatihan *online* yang dikombinasikan dengan praktik langsung dapat mempercepat pemahaman peserta terhadap penggunaan aplikasi desain sebagai alat promosi. Hal ini mendukung pandangan bahwa Canva dapat digunakan untuk membuat konten media sosial yang membantu promosi produk UKM dan mengoptimalkan digital marketing pelaku UMKM (Sholeh et al., 2020; Putri et al., 2024).

Meskipun model *daring* memberikan kemudahan, efektivitasnya tetap bergantung pada pendampingan yang jelas dan materi yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Beberapa kendala teknis seperti kualitas jaringan, perbedaan perangkat, dan variasi kemampuan digital peserta perlu diantisipasi melalui instruksi yang sederhana, contoh yang dekat dengan usaha peserta, serta pendampingan melalui grup komunikasi digital. Dalam konteks pengabdian ini, pendampingan menjadi faktor penting karena peserta tidak hanya diarahkan untuk memahami fitur aplikasi, tetapi juga untuk menghasilkan luaran nyata berupa desain promosi dan pencatatan transaksi. Dengan demikian, pelatihan daring tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi berkembang menjadi proses pemberdayaan yang menghasilkan perubahan keterampilan. Model ini sejalan dengan kegiatan pengabdian yang menempatkan pelatihan Canva sebagai sarana penguatan promosi dan *branding* produk UMKM (Endra et al., 2024; Andari et al., 2025).

### **Penguatan Desain Digital sebagai Strategi Peningkatan Nilai Jual Produk**

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa desain digital memiliki peran penting dalam meningkatkan persepsi nilai jual produk UMKM. Sebelum pelatihan, sebagian peserta masih menggunakan foto produk dan materi promosi yang sederhana, belum memiliki komposisi visual yang rapi, dan belum menonjolkan informasi utama seperti keunggulan produk, harga, kontak pemesanan, serta ajakan membeli. Setelah mengikuti praktik Canva, peserta mulai memahami bahwa desain promosi bukan sekadar unsur estetika, tetapi bagian dari komunikasi pemasaran. Tampilan visual yang lebih tertata dapat membantu konsumen mengenali produk, memahami manfaatnya, dan membangun kesan profesional terhadap usaha. Temuan ini menguatkan hasil pengabdian sebelumnya yang menunjukkan bahwa Canva dapat meningkatkan kreativitas desain promosi UMKM dan membantu pembuatan konten gambar untuk media sosial (Zettira et al., 2022; Sholeh et al., 2020).

Penggunaan Canva dalam pelatihan ini relevan karena aplikasi tersebut mudah diakses, memiliki banyak *template*, dan dapat digunakan oleh pelaku UMKM yang belum memiliki latar belakang desain. Peserta dapat belajar memilih desain yang sesuai dengan karakter produk, menyesuaikan warna, mengatur jenis huruf, memasukkan foto, serta menyusun kalimat promosi yang lebih ringkas. Proses tersebut membantu peserta membangun identitas visual sederhana yang dapat digunakan secara berulang pada media sosial atau katalog digital. Keterampilan ini penting karena konsistensi visual dapat meningkatkan pengenalan merek dan membuat produk terlihat lebih siap bersaing di pasar *online*. Hal ini sejalan dengan pengabdian yang menegaskan bahwa Canva dapat menjadi sarana promosi produk dan mendukung peningkatan nilai *branding* UMKM (Endra et al., 2024; Nurhayaty et al., 2022; Andari et al., 2025).

Dari sisi capaian kegiatan, peningkatan keterampilan desain terlihat dari kemampuan peserta menghasilkan konten promosi yang lebih informatif. Peserta tidak hanya membuat desain yang lebih menarik, tetapi juga mulai memahami pentingnya menyusun pesan pemasaran secara jelas. Konten promosi yang baik harus mampu menjawab pertanyaan dasar konsumen, yaitu apa produknya, apa keunggulannya, berapa harganya, dan bagaimana cara membeli. Dengan memperbaiki struktur informasi tersebut, desain promosi menjadi lebih fungsional karena tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mempermudah proses keputusan pembelian. Hasil ini mendukung temuan bahwa pemanfaatan Canva mampu memperkuat kemampuan promosi produk UMKM dan mengoptimalkan digital marketing melalui konten visual yang lebih tertata (Fatimah et al., 2024; Putri et al., 2024).

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa peningkatan nilai jual produk tidak selalu harus dimulai dari perubahan besar pada produksi, tetapi dapat dimulai dari cara produk ditampilkan dan dikomunikasikan. Produk dengan kualitas baik dapat kehilangan daya tarik apabila dipromosikan dengan tampilan visual yang kurang meyakinkan. Sebaliknya, desain promosi yang lebih profesional dapat membantu memperkuat citra produk, terutama bagi UMKM yang memasarkan barang melalui media sosial dan *marketplace*. Dalam konteks ini, desain digital menjadi instrumen strategis untuk memperbaiki persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Hal tersebut sejalan dengan pengabdian yang menunjukkan bahwa optimalisasi Canva dapat mendorong inovasi kemasan, kreativitas desain, dan peningkatan nilai jual produk UMKM (Nasution et al., 2026; Chandra et al., 2024; Fifaldyovan et al., 2024).

### **Pencatatan Keuangan Digital sebagai Basis Tata Kelola Usaha yang Lebih Tertib**

Selain aspek promosi, hasil pelaksanaan juga menunjukkan bahwa pencatatan keuangan digital menjadi kebutuhan mendasar bagi pelaku UMKM. Pada tahap awal, sebagian peserta belum melakukan pencatatan secara rutin, masih mencampurkan uang usaha dan uang pribadi, serta belum memiliki gambaran yang jelas mengenai arus kas dan keuntungan usaha. Kondisi ini dapat menghambat pengambilan keputusan karena pelaku usaha tidak memiliki data yang cukup untuk menilai perkembangan usaha. Pelatihan Money Manager membantu peserta memahami bahwa pencatatan keuangan sederhana bukan hanya aktivitas administratif, tetapi bagian dari tata kelola usaha yang menentukan keberlanjutan bisnis. Temuan ini sejalan dengan pengabdian yang menunjukkan pentingnya pendampingan laporan keuangan sederhana dan penerapan aplikasi akuntansi bagi UMKM (Dewi et al., 2020; Ahdi & Rochman, 2022).

Penggunaan aplikasi keuangan digital memberikan kemudahan bagi peserta untuk mencatat transaksi harian secara lebih praktis. Dalam pelatihan, peserta diarahkan membuat kategori pemasukan dan pengeluaran, mencatat transaksi penjualan, mencatat biaya bahan baku atau operasional, serta membaca ringkasan keuangan sederhana. Proses ini membantu peserta memahami hubungan antara transaksi harian dan kondisi keuangan usaha secara keseluruhan. Aplikasi digital juga memudahkan pencatatan karena dapat digunakan melalui gawai, sehingga lebih sesuai dengan kebiasaan pelaku UMKM yang membutuhkan alat sederhana dan cepat. Hal ini mendukung hasil pengabdian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pendampingan aplikasi SIAPIK, Bukukas, dan CrediBook dapat meningkatkan literasi pencatatan keuangan pelaku UMKM (Caniago et al., 2022; Kurniawan et al., 2022; Prameswari et al., 2023).

Pencatatan keuangan digital juga membantu peserta memisahkan logika usaha dari kebiasaan pengelolaan keuangan pribadi. Pemisahan ini penting karena banyak pelaku UMKM sulit menilai keuntungan riil akibat transaksi usaha bercampur dengan kebutuhan rumah tangga. Melalui aplikasi, peserta dapat melihat kategori biaya, total pemasukan, dan sisa kas secara lebih sederhana. Informasi ini menjadi dasar untuk menentukan harga jual, mengatur pembelian bahan, mengevaluasi promosi, dan merencanakan pengembangan usaha. Dengan demikian, pencatatan keuangan digital berfungsi sebagai alat pembelajaran manajerial bagi UMKM, bukan hanya sebagai alat pencatat transaksi. Temuan ini sejalan dengan pengabdian tentang digitalisasi akuntansi dan penerapan pelaporan keuangan berbasis Android bagi UMKM (Wijaya et al., 2023; Siahaan et al., 2024).

Capaian penting dari pelatihan pencatatan keuangan digital adalah munculnya kesadaran peserta bahwa usaha yang berkembang membutuhkan data keuangan yang tertib. Kesadaran ini menjadi modal awal untuk membangun disiplin pencatatan harian. Namun, perubahan kebiasaan tidak dapat dicapai hanya melalui satu kali pelatihan, sehingga diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan dan penguatan komitmen peserta. Pendampingan setelah pelatihan dapat membantu peserta mempertahankan kebiasaan mencatat transaksi, memperbaiki kesalahan input, dan menggunakan

laporan sederhana untuk membaca kondisi usaha. Hasil ini konsisten dengan pengabdian yang menekankan pentingnya pendampingan pembukuan digital serta peningkatan literasi keuangan UMKM melalui penggunaan aplikasi keuangan digital (Yahyasari & As'ari, 2024; Pancane et al., 2025; Samosir et al., 2026).

### **UMKM Integrasi Desain Digital dan Pencatatan Keuangan Digital sebagai Model Pemberdayaan UMKM**

Temuan utama dari kegiatan ini adalah bahwa pelatihan desain digital dan pencatatan keuangan digital perlu dipahami sebagai satu kesatuan dalam penguatan kapasitas UMKM. Desain digital membantu produk terlihat lebih menarik dan layak bersaing secara *online*, sedangkan pencatatan keuangan digital membantu pelaku usaha memahami dampak aktivitas pemasaran terhadap kondisi keuangan. Jika keduanya dilakukan secara terpisah, pelaku UMKM mungkin mampu membuat konten promosi yang menarik, tetapi belum tentu mampu menilai apakah promosi tersebut meningkatkan penjualan dan keuntungan. Sebaliknya, pencatatan keuangan yang tertib akan kurang optimal apabila produk tidak dipromosikan secara menarik. Oleh karena itu, integrasi kedua materi menjadi pendekatan yang lebih komprehensif dibandingkan pelatihan yang hanya berfokus pada satu aspek usaha (Sholeh et al., 2020; Kurniawan et al., 2022).

Integrasi tersebut juga memperlihatkan bahwa peningkatan nilai jual produk tidak hanya berkaitan dengan tampilan produk, tetapi juga dengan kemampuan pelaku usaha mengelola informasi bisnis. Desain promosi dapat meningkatkan perhatian konsumen, tetapi keputusan usaha yang berkelanjutan membutuhkan data keuangan untuk melihat efektivitas strategi promosi. Misalnya, pelaku UMKM dapat membandingkan periode sebelum dan sesudah penggunaan konten promosi, lalu melihat perubahan penjualan melalui catatan transaksi. Dengan cara ini, peserta tidak hanya belajar membuat desain dan mencatat keuangan, tetapi juga belajar menghubungkan promosi dengan kinerja usaha. Analisis ini memperkuat temuan pengabdian bahwa pelatihan desain promosi dan pencatatan keuangan digital memiliki kontribusi praktis bagi pengembangan UMKM apabila diarahkan pada kebutuhan usaha nyata (Dewi et al., 2020; Fatimah et al., 2024; Nasution et al., 2026).

Model pengabdian *online* lintas wilayah Jawa Timur juga memiliki nilai strategis karena dapat direplikasi pada kelompok UMKM lain dengan kebutuhan serupa. Tahapan yang dimulai dari pemetaan kebutuhan, pelatihan praktik, pendampingan, evaluasi luaran, dan tindak lanjut menunjukkan bahwa kegiatan daring tetap dapat menghasilkan perubahan keterampilan apabila dirancang dengan metode yang sistematis. Kelebihan model ini terletak pada kemampuannya menjangkau peserta dari wilayah berbeda, mempertemukan variasi jenis usaha, dan membangun ruang belajar digital yang fleksibel. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa desain promosi dan catatan transaksi, tetapi juga menawarkan pola pelatihan yang adaptif terhadap karakter UMKM digital. Hal ini sejalan dengan berbagai kegiatan pengabdian yang menunjukkan efektivitas pelatihan aplikasi digital dalam meningkatkan kemampuan promosi dan pencatatan keuangan UMKM (Ahdi & Rochman, 2022; Caniago et al., 2022; Endra et al., 2024; Putri et al., 2024).

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengabdian tidak hanya terlihat dari terlaksananya pelatihan, tetapi dari perubahan cara pandang peserta terhadap promosi dan pengelolaan keuangan. Peserta mulai memahami bahwa produk yang dijual secara *online* membutuhkan tampilan visual yang kuat, informasi produk yang jelas, dan catatan keuangan yang tertib. Namun, keberlanjutan hasil kegiatan tetap membutuhkan konsistensi peserta dalam mempraktikkan keterampilan yang telah diperoleh. Oleh karena itu, tindak lanjut berupa monitoring desain promosi, pembiasaan pencatatan transaksi, dan penguatan komunitas belajar *daring* menjadi penting agar dampak kegiatan tidak berhenti pada saat pelatihan selesai. Kesimpulan ini sejalan dengan pengabdian yang menekankan bahwa peningkatan kapasitas UMKM melalui Canva dan aplikasi keuangan digital memerlukan pendampingan berkelanjutan agar mampu memperkuat branding, literasi keuangan, dan daya saing usaha (Andari et al., 2025; Pancane et al., 2025; Samosir et al., 2026).

### **SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan secara *daring* kepada pelaku UMKM di beberapa wilayah Jawa Timur menunjukkan bahwa pelatihan berbasis aplikasi digital dapat menjadi strategi yang relevan untuk meningkatkan kapasitas usaha, terutama dalam aspek promosi produk dan pengelolaan keuangan. Pelaksanaan secara *online* tidak mengurangi efektivitas kegiatan karena peserta tetap dapat

mengikuti penyampaian materi, demonstrasi, praktik mandiri, diskusi, dan pendampingan melalui perangkat masing-masing. Model ini juga memberi nilai tambah karena mampu menjangkau peserta lintas wilayah tanpa dibatasi oleh lokasi fisik.

Pelatihan desain digital menggunakan Canva memberikan dampak positif terhadap kemampuan peserta dalam menyusun konten promosi produk yang lebih menarik, rapi, dan informatif. Peserta tidak hanya memahami fungsi desain sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai sarana membangun citra produk, memperjelas informasi penjualan, dan meningkatkan daya tarik konsumen dalam pemasaran *online*. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan visual produk merupakan bagian penting dalam upaya meningkatkan nilai jual UMKM di ruang digital.

Pada aspek pencatatan keuangan digital, penggunaan Money Manager membantu peserta memahami pentingnya pencatatan transaksi secara lebih tertib dan sederhana. Peserta mulai menyadari perlunya memisahkan keuangan pribadi dan usaha, mencatat pemasukan serta pengeluaran secara rutin, dan menggunakan ringkasan keuangan sebagai dasar untuk mengevaluasi kondisi usaha. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya memperkenalkan aplikasi, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir dalam mengelola usaha secara lebih profesional.

Integrasi antara pelatihan desain digital dan pencatatan keuangan digital menjadi kekuatan utama kegiatan ini. Desain promosi membantu meningkatkan daya tarik produk di pasar online, sedangkan pencatatan keuangan membantu pelaku UMKM membaca kondisi usaha secara lebih rasional. Kedua aspek tersebut saling melengkapi karena peningkatan penjualan perlu diikuti dengan kemampuan mengelola arus kas, menghitung biaya, memahami keuntungan, dan merencanakan strategi usaha berikutnya.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa peningkatan nilai jual produk UMKM secara *online* memerlukan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada pemasaran, tetapi juga pada tata kelola usaha. Pelatihan daring yang aplikatif, berbasis praktik, dan disertai pendampingan dapat menjadi model pengabdian yang efektif untuk memperkuat literasi digital UMKM. Ke depan, kegiatan serupa perlu dilanjutkan melalui pendampingan berkala, pemantauan penggunaan aplikasi, serta penguatan komunitas belajar digital agar keterampilan yang diperoleh peserta dapat diterapkan secara konsisten dalam aktivitas usaha sehari-hari.

## REFERENSI

- Ahdi, M., & Rochman, H. (2022). Pelatihan Penerapan Akuntansi Menggunakan Aplikasi SIAPIK Pada UMKM Di Kota Cirebon. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 184-190. <https://doi.org/10.31949/Jb.V3i2.1889>
- 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>
- Caniago, I., Siregar, N. Y., & Meilina, R. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Aplikasi SIAPIK Pada Pelaku UMKM Pemula Di Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 40-47. <https://doi.org/10.30873/Jppm.V4i01.3024>
- 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>
- Dewi, S. N., Haryanto, A. T., & Santosa, J. (2020). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Sederhana Menggunakan Aplikasi SIAPIK Bagi UMKM Keset Perca Di Desa Ngasinan Etan Kelurahan Gebang. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 805-811. <https://doi.org/10.31004/Abdidas.V1i6.176>
- 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>
- Fatimah, F., Darna, D., Metekohy, E. Y., & Nuraeni, Y. (2024). Peningkatan Kemampuan Penggunaan Aplikasi Canva Sebagai Media Promosi Produk UMKM Kota Depok. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 289-296. <https://doi.org/10.30656/Jpmwp.V8i2.7503>

- 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>
- Kurniawan, R., Tarantang, J., Akbar, W., Hakim, S., Sukmana, E. T., & Hafizi, R. (2022). Literasi Pemanfaatan Aplikasi Keuangan Digital Bukukas Pada UMKM Di Kota Sampit, Kalimantan Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(1), 35-52. <https://doi.org/10.55927/Jpmf.V1i1.342>
- Nasution, S. R., Ritonga, M., & Zebua, Y. (2026). Desain Kreatif Dan Terjangkau: Optimalisasi Canva Untuk Inovasi Kemasan Dan Peningkatan Nilai Jual Produk Di UMKM Desa Bandar Kumbul: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 24386-24392. <https://doi.org/10.31004/Jerkin.V4i4.5971>
- Nurhayaty, E., Pramularso, E. Y., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. (2022). Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana Dengan Aplikasi Canva Di Yayasan Desa Hijau. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 69-77. <https://doi.org/10.31294/Jabdima.V5i1.10522>
- Pancane, I. W. D., Gusmana, I. P. G. R., & Arniti, N. K. (2025). Penyuluhan Penggunaan Aplikasi Keuangan Digital Untuk Mendukung Kemajuan UMKM Di Desa Tonja. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(3), 809-816. <https://doi.org/10.54082/Jamsi.1793>
- Prameswari, A., Aisyah, S., Occtavia, D. R., Bayani, L. N., & Rafli, M. (2023). Pendampingan Pencatatan Keuangan Pada UMKM Mie Aceh Sabang Menggunakan Aplikasi Credibook. *Abdi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1-8. <https://doi.org/10.59997/Awjpm.V2i1.1891>
- 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>
- 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>
- Siahaan, B. T., Syaefudin, F., Wanggary, A., Maramis, L., & Bakri, I. (2024). Penerapan Pelaporan Keuangan Berbasis Android Pada UMKM Sewa Tenda Paniki Di Kota Manado. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2332-2336. <https://doi.org/10.55338/Jpkmn.V5i2.3256>
- Wijaya, R. S., Rahmaita, R., Murniati, M., Nini, N., & Mariyanti, E. (2023). Digitalisasi Akuntansi Bagi Pelaku UMKM Di Lubuk Minturun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 1(2), 40-44. <https://doi.org/10.47233/Jpmda.V2i1.707>
- Yahyasari, S. D., & As'ari, H. (2024). Pendampingan Pembukuan Keuangan Digital Dengan Aplikasi Bukuwarung Bagi Para UMKM Di Teras Malioboro 1. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2801-2807. <https://doi.org/10.55338/Jpkmn.V5i2.3383>
- 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>