

Optimalisasi Potensi Desa Tegalluar Melalui Implementasi Digital dan Teknologi Informasi

**Shaufiah¹, Fifinella Rahma², Izzatul Ummah³, Arie Ardiyanti Suryani⁴,
Rochmawati⁵**

^{1,2,3,4,5} Telkom University, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Shaufiah

E-mail: shaufiah@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pelatihan Pengelolaan Web Sekolah Al Lathif Islamic School bertujuan untuk meningkatkan Teknologi informasi saat ini memberi banyak peluang untuk berbagai lapisan masyarakat termasuk desa. Diantaranya adalah penggunaan media digital agar potensi lokal dapat berkembang. Akan tetapi, karena tingkat literasi digital yang tidak sama, menjadikan hal ini menjadi tantangan besar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi digital dan keterampilan pemasaran digital masyarakat Desa Tegalluar melalui pelatihan pembuatan landing page menggunakan aplikasi Canva. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi identifikasi kebutuhan, pelatihan teori dan praktik, pendampingan, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test. Kegiatan dilaksanakan di Yayasan Rumah Katumbiri Bandung dengan melibatkan peserta berusia 16–27 tahun. Mayoritas peserta merasa puas dengan pelatihan ini dan menilai pelatihan ini bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan. Pelatihan ini membantu peserta mengenal dan mempelajari dasar desain landing page, juga konsep branding dan promosi digital. Sehingga, setelah pelatihan ini potensi Desa Tegalluar dapat disampaikan dengan lebih mudah dan berdaya saing.

Kata kunci – branding digital, canva, landing page, literasi digital, pengabdian masyarakat

Abstract

Information technology provides rural communities with multiple opportunities which different social groups can access to benefit their communities. Digital media enables local areas to build upon their existing capabilities. The primary barrier which prevents career advancement exists because different social groups possess different levels of digital competence. The Tegalluar Village community will receive digital literacy and digital marketing training through Canva application landing page development which this community service activity provides. The implementation method starts with needs assessment through participatory methods which then proceed to theoretical and practical training and mentoring before concluding with evaluation through pre-test and post-test assessments. The activity was conducted at Yayasan Rumah Katumbiri Bandung and involved participants aged 16–27 years. Most participants showed contentment with the training program which they found useful and relevant to their requirements. The training enabled participants to become familiar with and learn the fundamentals of landing page design, as well as branding and digital promotion concepts. As a result, the local potential of Tegalluar Village can be communicated more effectively and competitively after the training.

Keywords - branding, canva, digital literacy, landing page, community service

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menghadirkan perubahan struktural pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama pada pola produksi, distribusi, dan promosi produk serta jasa. Era digital membuka akses pasar yang lebih luas bagi pelaku usaha skala mikro dan kecil, namun sekaligus menuntut kemampuan literasi digital yang memadai agar potensi lokal dapat dikomunikasikan secara efektif dan kompetitif. Kesenjangan literasi digital antara daerah perkotaan dan pedesaan masih nyata dan menjadi hambatan utama dalam optimalisasi potensi ekonomi lokal, sehingga intervensi pengembangan kapasitas melalui program pengabdian masyarakat menjadi sangat penting.

Desa Tegalluar yang terletak di Kecamatan Bojongsoang, Kabupaten Bandung, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi besar dalam bidang sumber daya alam, budaya, serta kapasitas sumber daya manusia. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan akses terhadap teknologi informasi, kurangnya literasi digital masyarakat, serta minimnya platform digital yang dapat menjadi jembatan antara produk lokal dan pasar yang lebih luas. Sebagian besar penduduk desa belum menguasai keterampilan dasar pemasaran digital, pembuatan konten visual, maupun pemanfaatan alat-alat berbasis web yang dapat menunjang branding dan promosi. Kondisi ini menyebabkan produk dan potensi desa sulit menembus pasar yang lebih luas meskipun kualitas produk lokal seringkali memadai. Desa Tegalluar perlu mempersiapkan diri untuk menghadapi perubahan ini agar tidak tertinggal dalam arus transformasi digital yang semakin cepat. Laporan-laporan abdimas yang dilakukan di berbagai daerah menegaskan perlunya pelatihan yang terstruktur, kontekstual, dan berbasis praktik langsung guna menjembatani kesenjangan tersebut (Dipura et al., 2024; Simahatie et al., 2025; Umiyati et al., 2025).

Salah satu elemen penting dalam ekosistem pemasaran digital adalah keberadaan landing page yang dirancang untuk menyampaikan informasi secara terfokus dan mendorong interaksi atau tindakan pengguna (mis. pembelian, pendaftaran, atau pengumpulan data). Landing page berfungsi sebagai “titik konversi” yang menggabungkan elemen visual, narasi produk, bukti sosial, dan call-to-action yang jelas. Untuk pelaku UMKM dan komunitas desa, pembuatan landing page yang sederhana namun profesional dapat meningkatkan kredibilitas dan memudahkan distribusi informasi melalui media sosial atau kanal digital lain. Dalam konteks kapasitas masyarakat desa, penggunaan alat desain yang mudah diakses seperti Canva menawarkan solusi praktis karena antarmuka yang user-friendly dan banyaknya template siap pakai yang adaptif untuk kebutuhan promosi (Reyhan et al., 2024).

Berbagai kegiatan pengabdian masyarakat (abdimas) yang telah dilaksanakan di Indonesia menunjukkan efektivitas pelatihan pemanfaatan Canva serta pelatihan digital marketing untuk meningkatkan kualitas konten promosi dan pengelolaan pemasaran online oleh UMKM dan kelompok masyarakat. studi-studi abdimas tersebut menunjukkan bahwa peserta yang mengikuti modul praktis—termasuk pembuatan materi promosi, pembuatan landing page, dan strategi distribusi—memperoleh peningkatan kompetensi yang terukur dan kemampuan menghasilkan output yang dapat langsung digunakan untuk promosi produk lokal. Hasil program juga menekankan pentingnya metode pembelajaran yang partisipatif, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, serta pendampingan lanjutan pasca-pelatihan agar keterampilan tidak cepat pudar (Solihah & Zakiah, 2022).

Landasan teoritis kegiatan ini menggabungkan tiga konsep utama: digital marketing, branding, dan desain pengalaman pengguna (user experience) pada landing page. Digital marketing menekankan pentingnya pemahaman audiens, pemilihan kanal yang tepat, dan pengukuran efektivitas kampanye; branding menuntut konsistensi identitas visual dan pesan untuk membangun persepsi nilai; sedangkan desain pengalaman pengguna memastikan bahwa struktur informasi dan elemen visual pada landing page mendukung kemudahan akses dan tindakan pengguna. Penerapan teori-teori ini dalam konteks pengabdian masyarakat harus mempertimbangkan aspek adaptasi lokal, ketersediaan alat, serta karakteristik sosial ekonomi peserta agar intervensi memberikan dampak yang berkelanjutan (Munawar et al., 2025).

Rumusan masalah yang menjadi pijakan kegiatan ini adalah: (1) Bagaimana meningkatkan literasi dan keterampilan desain visual serta pemasaran digital di kalangan penduduk Desa Tegalluar? (2) Sejauh mana pelatihan pembuatan landing page menggunakan Canva dapat meningkatkan kualitas materi promosi dan visibilitas potensi lokal? (3) Bagaimana merancang modul pelatihan agar sesuai dengan latar belakang pendidikan dan akses teknologi peserta sehingga hasilnya dapat diterapkan secara mandiri? Rumusan ini merujuk pada temuan-temuan program abdimas sebelumnya yang menunjukkan bahwa intervensi yang terstruktur dan berbasis praktik dapat mendorong perubahan perilaku digital dan peningkatan kapabilitas pemasaran lokal (Dipura et al., 2024).

Tujuan kegiatan dirumuskan agar selaras dengan kebutuhan nyata Desa Tegalluar: (1) Meningkatkan literasi digital masyarakat, khususnya terkait pembuatan konten visual, pembuatan landing page, dan strategi promosi digital; (2) Membekali peserta dengan keterampilan praktis penggunaan Canva untuk menghasilkan landing page dan materi promosi yang estetik dan informatif; (3) Menghasilkan setidaknya sejumlah landing page produk/layanan lokal Desa Tegalluar yang siap dipublikasikan; dan (4) Menyusun pedoman sederhana serta mekanisme pendampingan pasca-pelatihan agar keterampilan dapat terus digunakan dan dikembangkan. Tujuan-tujuan ini dirancang berdasarkan praktik baik (best practices) dari berbagai kegiatan abdimas yang memadukan pelatihan teknis dengan pendekatan partisipatif (Nugraha et al., 2025).

Metodologi program pengabdian ini direncanakan berbasis partisipatif dan praktik langsung: sesi pengantar teori singkat (branding, copywriting singkat, dan prinsip desain), lokakarya praktik pembuatan landing page di Canva dengan studi kasus produk lokal, serta sesi evaluasi dan tindak lanjut berupa mentoring singkat. Pendekatan blended learning—gabungan tatap muka dan modul digital—relevan untuk menjangkau peserta yang memiliki variasi tingkat literasi digital. Berbagai laporan abdimas merekomendasikan alokasi waktu praktik yang memadai dan pendampingan setelah pelatihan sebagai kunci keberlanjutan adopsi keterampilan (Hadjaratie et al., 2024).

Dampak yang diharapkan dari program ini bersifat operasional dan strategis. Secara operasional, diharapkan muncul output berupa landing page yang informatif dan estetik untuk sejumlah produk/layanan lokal Desa Tegalluar, serta peningkatan skor kemampuan peserta berdasarkan instrument pre-post test. Secara strategis, diharapkan muncul peningkatan visibilitas produk desa pada kanal digital, peningkatan pemahaman tentang branding lokal, serta terbukanya peluang pasar baru yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Temuan dari berbagai abdimas terkait pemberdayaan UMKM dan literasi digital menunjukkan bahwa hasil-hasil jangka pendek tersebut dapat memicu perkembangan ekonomi lokal jika diikuti oleh pendampingan dan integrasi ke dalam ekosistem pemasaran yang lebih luas (Ratnasari et al., 2025; Satria et al., 2025).

Dalam konteks akademik dan praktis, kegiatan pengabdian ini juga bertujuan menyumbangkan bukti empiris yang dapat digunakan sebagai rujukan bagi program serupa di desa lain. Dengan merujuk pada model evaluasi yang telah digunakan dalam studi abdimas terdahulu—mis. penggunaan instrumen kuantitatif untuk mengukur peningkatan keterampilan serta dokumentasi kualitatif terhadap dampak sosial—program ini diharapkan dapat menghasilkan laporan komprehensif yang berguna untuk kebijakan pemberdayaan digital berbasis komunitas (Dipura et al., 2024).

Solusi yang ditawarkan oleh program abdimas ini adalah sebagai berikut: (1) pelatihan literasi digital untuk masyarakat, (2) pelatihan perancangan website landing page menggunakan Canva, (3) peningkatan keterampilan pemasaran digital (*digital marketing*), (4) monitoring dan evaluasi. Solusi pertama mencakup pemberian pelatihan dasar hingga menengah terkait penggunaan perangkat digital, internet, media sosial, dan keamanan digital, serta bertujuan meningkatkan kepercayaan diri masyarakat dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk kegiatan sehari-hari maupun ekonomi. Solusi kedua mencakup materi perancangan website landing page menggunakan Canva, pengelolaan konten, seperti menambah, mengedit, dan menghapus informasi seperti pengumuman, jadwal kegiatan, dan informasi lainnya, serta penggunaan media seperti gambar dan video untuk

meningkatkan interaktivitas dan daya tarik website; di mana hal ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola konten web secara mandiri. Solusi ketiga mencakup pendampingan UMKM lokal untuk membuat katalog produk, memanfaatkan media sosial, serta membuat akun e-commerce; untuk ini diberikan pelatihan desain konten sederhana dan strategi pemasaran online agar produk lokal memiliki daya saing. Solusi keempat, yaitu monitoring dan evaluasi, bertujuan untuk memastikan keberlanjutan dari program setelah pelatihan selesai, memastikan penyediaan panduan tertulis dan video tutorial yang bisa diakses kapan saja, serta sesi follow-up beberapa bulan setelah pelatihan untuk evaluasi dan menjawab pertanyaan atau kendala yang dihadapi.

Solusi-solusi yang ditawarkan ini sejalan dengan kegiatan-kegiatan abdimas terdahulu yang telah terbukti efektif mencapai sasaran, misalnya (Sumo et al., 2025) yang bertujuan meningkatkan keterampilan desain grafis dan branding digital bagi calon pelaku UMKM pemula, yaitu siswa-siswi SMA Yayasan Khairul Falah, melalui pelatihan desain menggunakan aplikasi Canva. Hasil survey menunjukkan lebih dari 50% peserta mengalami peningkatan signifikan dalam kemampuan desain dan literasi digital setelah mengikuti pelatihan. Secara keseluruhan, program ini efektif membekali generasi muda dengan keterampilan desain yang relevan untuk dunia wirausaha digital, sekaligus membuka peluang integrasi pelatihan sejenis ke dalam kurikulum kewirausahaan sekolah. Beberapa kegiatan abdimas lainnya yang telah menawarkan solusi ini misalnya (Lesmana et al., 2024), (Andita et al., 2023), dan (Alfina et al., 2022); ketiganya memberikan solusi berupa pelatihan desain website atau *landing page* dengan menggunakan Canva untuk meningkatkan keterampilan digital marketing. Program-program pengabdian masyarakat yang menyediakan pelatihan desain grafis dan branding berbasis Canva terbukti mampu mendukung kewirausahaan, membantu mempromosikan produk lokal, dan meningkatkan keterampilan digital yang dibutuhkan untuk pembangunan ekonomi (Febiansa et al., 2024; Purnomo et al., 2025; Riswanto & Zulkifli, 2025). Program abdimas lainnya juga terbukti mampu meningkatkan kemampuan pengurus organisasi dalam pembuatan landing page interaktif, sehingga mampu memperluas jangkauan komunikasi dan informasi secara digital (Sukmana et al., 2025). Studi yang dilakukan oleh (Chandra, 2024) mengkaji penggunaan landing page sebagai bagian dari digital marketing untuk usaha kecil terbukti dapat membantu para pelaku usaha meningkatkan pengetahuan tentang pemasaran digital, serta memperluas jangkauan pasar melalui media digital online.

Sebagai penutup pendahuluan ini, penting ditegaskan bahwa transformasi digital di Desa Tegalluar tidak hanya soal penguasaan perangkat atau aplikasi, tetapi juga soal penguatan kemampuan narasi produk, identitas lokal, dan strategi distribusi yang berkelanjutan. Pelatihan pembuatan landing page menggunakan Canva merupakan salah satu langkah praktis yang terjangkau, relevan, dan potensial untuk segera diimplementasikan oleh warga desa. Dengan dukungan modul yang tepat, pendampingan, dan sinergi antara kampus/lembaga pengabdian dan komunitas setempat, program ini berpeluang menghasilkan perubahan nyata dalam pengoptimalan potensi Desa Tegalluar melalui teknologi informasi. Berbagai studi abdimas yang menjadi rujukan mendukung pendekatan ini dan menjadi landasan kuat bagi pelaksanaan intervensi yang akan dijabarkan lebih lanjut dalam bagian metode dan hasil penelitian pengabdian ini (Shandy et al., 2025).

METODE

Program abdimas yang diselenggarakan ini menyasar yayasan yang berlokasi di Desa Tegalluar, yaitu Yayasan Rumah Katumbiri Bandung, yang didirikan pada 25 Agustus 2011 di Kabupaten Bandung oleh Kang Jajang dan Kang Dudu yang tergerak oleh keprihatinan terhadap tingginya angka putus sekolah di daerah terpencil. Sejak berdiri, yayasan telah berkembang dari hanya sebatas program-program kecil yang insidental hingga kini mampu menjalankan berbagai program seperti Madrasah Diniyah dan Pelatihan Ketrampilan Wirausaha. Namun dalam pelaksanaannya mengalami pasangsurut karena keterbatasan pendanaan. Badan Hukum: Akta Notaris No. 83, tanggal 25 Agustus 2011 Notaris Deni Sabarno, SH yang beralamat di Kp.Sapan Rt. 01 Rw.06 Desa Tegalluar –

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Bandung 40297. Melalui kerja sama dengan Yayasan Rumah Katumbiri Bandung sebagai mitra lokal yang memahami kondisi sosial dan budaya masyarakat Tegalluar, program abdimas ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan digital sekaligus membangun fondasi teknologi yang inklusif dan berkelanjutan. Diharapkan, inisiatif ini mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat, membuka peluang ekonomi baru, dan menjadikan Desa Tegalluar sebagai contoh desa digital yang sukses memanfaatkan teknologi untuk kesejahteraan bersama.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Yayasan Rumah Katumbiri menggunakan pendekatan metodologis yang terstruktur dan berorientasi pada kebutuhan peserta. Metode ini dirancang untuk memastikan bahwa pelatihan yang diberikan efektif, relevan, dan berkelanjutan, serta mampu memberdayakan peserta dalam mengembangkan keterampilan digital secara mandiri. Secara keseluruhan, metode terdiri dari empat tahapan utama: pendekatan partisipatif, pelatihan teoritis-praktis, pendampingan dan monitoring, serta evaluasi dan umpan balik.



Gambar 1.
Metode Pelaksanaan Abdimas

Pada tahap pertama, pendekatan partisipatif menempatkan seluruh pemangku kepentingan – pengurus yayasan, fasilitator pelatihan, dan peserta – sebagai bagian dari proses. Pendekatan ini penting untuk memastikan bahwa pelatihan benar-benar menjawab kebutuhan nyata Yayasan Rumah Katumbiri, termasuk karakteristik peserta, kemampuan dasar yang dimiliki, serta tujuan pengembangan yang ingin dicapai. Melalui mekanisme partisipasi aktif, pelaksanaan pelatihan tidak bersifat top-down, tetapi merupakan hasil kesepakatan bersama. Langkah dan kegiatan yang dilakukan meliputi diskusi awal, identifikasi kompetensi dasar peserta, dan penyusunan rencana kurikulum pelatihan.

Pada tahap kedua, tahap pelatihan menggabungkan pendekatan teori dan praktik (*blended learning approach*). Peserta tidak hanya diberikan referensi konseptual tentang desain, branding, dan pemasaran digital, tetapi juga dilatih secara langsung untuk membuat konten visual serta merancang landing page menggunakan Canva. Pembelajaran praktik langsung memungkinkan peserta memahami materi lebih mendalam dan menghasilkan output yang dapat digunakan segera. Langkah dan kegiatan pada tahap ini meliputi penyampaian materi teori, demonstrasi penggunaan Canva untuk membuat desain website landing page, dan diakhiri dengan workshop di mana para peserta mempraktekkan pengetahuan yang telah diperoleh dari sesi materi sebelumnya.

Pada tahap ketiga, pendampingan dilakukan sebagai bentuk dukungan berkelanjutan setelah sesi pelatihan utama. Pendampingan bertujuan untuk memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh peserta dapat diimplementasikan dalam kegiatan operasional yayasan ataupun usaha mikro yang mereka jalankan. Monitoring membantu tim pengabdian mengidentifikasi kendala teknis maupun nonteknis yang muncul selama proses penerapan.

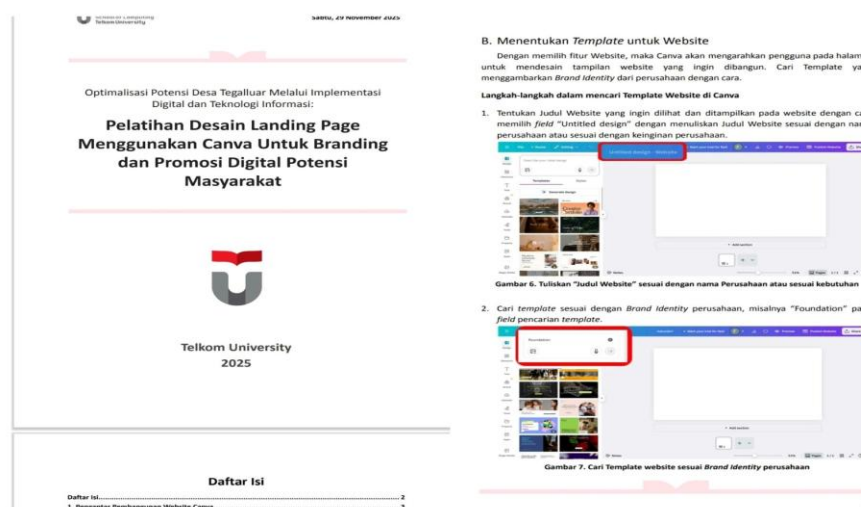
Pada tahap keempat, tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur keefektifan pelatihan, tingkat pemahaman peserta, kualitas output yang dihasilkan, serta dampaknya terhadap kegiatan yayasan. Evaluasi bersifat formatif dan sumatif, dilakukan selama dan setelah pelatihan. Hasil evaluasi menjadi dasar penyusunan rekomendasi untuk perbaikan kegiatan serupa di masa mendatang. Langkah dan kegiatan pada tahap ini meliputi analisis hasil pre-test dan post-test, analisis kuesioner kepuasan peserta, dan penyusunan laporan evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahapan pelatihan teori dan praktek, Tim mengadakan pelatihan desain landing page dengan Canva di Yayasan Rumah Katumbiri, Desa Tegalluar. Hasil kegiatan ini dianalisis berdasarkan data kuesioner evaluasi peserta, observasi selama pelatihan, pre test dan post test serta dokumentasi kegiatan sebagaimana dipublikasikan secara resmi oleh Telkom University. Gambar 2 menampilkan poster kegiatan dan suasana saat pelaksanaan kegiatan, sedangkan gambar 3 menampilkan cuplikan modul pelatihan yang telah disusun oleh tim.



Gambar 2. Poster kegiatan dan Dokumentasi Pelaksanaan Pelatihan



Gambar 3. Cuplikan modul pelatihan

Adapun rincian dan profil peserta adalah berumur antara 16 sampai 27 tahun. Rentang usia ini termasuk usia produktif dan umumnya sudah terbiasa memakai teknologi. Kebanyakan peserta punya latar belakang pendidikan dari SMA, sekitar 91,7%. Sisanya, sebanyak 8,3%, berasal dari SMP. Peserta sudah paham dasar literasi, jadi bisa ikut pelatihan teknologi. Tapi peserta tetap perlu dibimbing supaya bisa memakai teknologi digital dengan baik dan optimal.

Lalu, berdasarkan evaluasi kesesuaian materi pelatihan dengan apa yang dibutuhkan masyarakat. Sebanyak 50% responden menyatakan "Sangat Setuju", 8,3% menyatakan "Setuju", dan 41,7% memilih "Netral" terhadap pernyataan bahwa materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan mereka. Tidak terdapat responden yang menyatakan kurang setuju maupun sangat tidak setuju. Hasil yang dapat dilihat pada tabel 1 ini memperlihatkan bahwa materi pelatihan sudah sesuai dengan kebutuhan peserta, terutama soal pengenalan desain landing page dan cara memakai Canva untuk branding serta promosi digital. Persentase responden yang memilih kategori netral dapat diinterpretasikan sebagai indikasi bahwa sebagian peserta masih memerlukan pendalaman materi atau waktu praktik yang lebih panjang agar manfaat pelatihan dapat dirasakan secara optimal.

Tabel 1.

Evaluasi Kesesuaian Materi Pelatihan

No.	Kategori Penilaian	Persentase (%)
1	Sangat Setuju	50
2	Setuju	8,3
3	Netral	41,7
4	Kurang Setuju	0
5	Sangat Tidak Setuju	0
	Total	100

Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian masyarakat sebelumnya yang menekankan pentingnya kesesuaian materi dengan konteks lokal agar pelatihan digital memberikan dampak nyata bagi masyarakat (Solihah & Zakiah, 2022; Nugraha et al., 2025).

Adapun aspek penilaian ketercukupan waktu pelaksanaan kegiatan menunjukkan 41,7% orang memilih "Sangat Setuju" dan 58,3% memilih "Setuju" untuk kecukupan waktu pelaksanaan. Jadi, hampir semua orang merasa waktu pelaksanaan kegiatan ini sudah cukup. Tidak terdapat responden yang memberikan penilaian netral maupun negatif. Meskipun demikian, pada bagian masukan dan saran, beberapa peserta menyampaikan harapan agar durasi pelatihan dapat ditambah. Peserta terlihat sangat antusias dengan materi, jadi waktu yang ada terasa belum cukup untuk membahas semua fitur dan potensi desain di Canva lebih dalam.

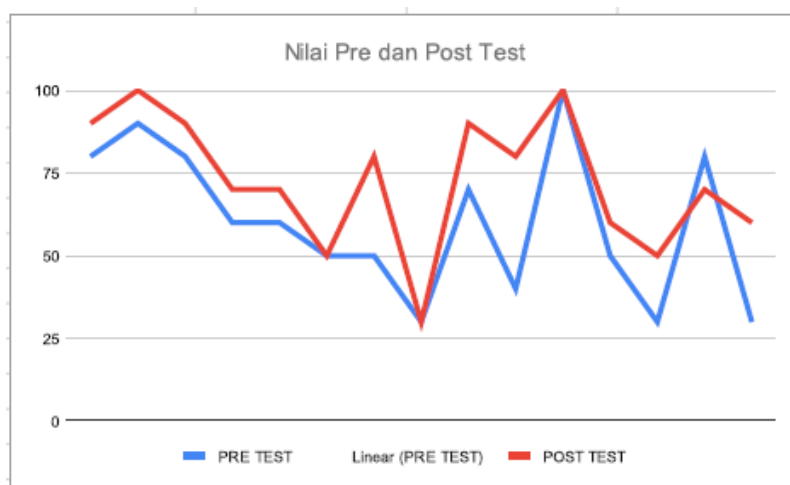
Pada aspek pemahaman materi menunjukkan bahwa 33,3% responden menyatakan "Sangat Setuju", 50% menyatakan "Setuju", dan 16,7% memilih "Netral" terhadap pernyataan bahwa materi mudah dipahami. Di sisi lain, 75% orang bilang "Sangat Setuju" soal manfaat pelatihan. Lalu, 25% lainnya memilih "Setuju". Hal ini menunjukkan pelatihan tidak hanya dipahami secara teori, namun peserta langsung merasakan manfaat pelatihan. Peserta juga berkata materi pelatihan ini mudah dipahami, menambah pengetahuan, dan bermanfaat. Hasil positif ini juga diikuti dalam hal tingkat kepuasan peserta di mana survei ini mencatat 83,3% orang sangat setuju dengan kualitas pelatihan, sedangkan 16,7% lainnya setuju. Tingginya tingkat kepuasan peserta menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung (hands-on training) yang digunakan dalam kegiatan ini berjalan efektif. Hal ini sejalan dengan temuan Hadjaratie et al. (2024) dan Sukmana et al. (2025) yang menekankan bahwa cara belajar langsung jadi faktor utama suksesnya pelatihan desain pakai Canva.

Evaluasi efektivitas kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya dilakukan melalui kuesioner kepuasan peserta, tetapi juga melalui pengukuran kuantitatif berupa pre-test dan post-test. Penggunaan pre-test dan post-test bertujuan untuk mengukur peningkatan pemahaman dan

keterampilan peserta secara objektif sebelum dan setelah pelatihan desain landing page menggunakan Canva.

Berdasarkan hasil pengukuran terhadap 15 peserta, diperoleh rata-rata nilai pre-test sebesar 60,0 dan rata-rata nilai post-test sebesar 72,7. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan rata-rata sebesar 12,7 poin setelah peserta mengikuti pelatihan. Sebagian besar peserta mengalami peningkatan skor, dengan peningkatan tertinggi mencapai 40 poin. Peningkatan yang signifikan terutama terjadi pada peserta dengan tingkat pemahaman awal yang rendah, yang menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung (*hands-on training*) efektif dalam meningkatkan literasi digital.

Hasil perbandingan nilai pre-test dan post-test divisualisasikan pada Gambar 4. Grafik tersebut menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta mengalami peningkatan atau mempertahankan skor pasca-pelatihan. Meskipun terdapat beberapa peserta yang tidak mengalami peningkatan atau mengalami penurunan skor, tren umum grafik menunjukkan dampak positif pelatihan terhadap kompetensi peserta secara keseluruhan.



Gambar 4.
Hasil Pre test dan post test peserta pelatihan

Temuan ini sejalan dengan hasil evaluasi kuesioner kepuasan yang menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa pelatihan bermanfaat, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, hasil pre-test dan post-test memperkuat kesimpulan bahwa pelatihan desain landing page menggunakan Canva memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan keterampilan digital masyarakat Desa Tegalluar.

Secara keseluruhan hasil kegiatan ini membuktikan bahwa program berhasil mencapai tujuan utama di mana terdapat penambahan literasi digital peserta dan keterampilan desain landing page juga meningkat. Hal ini mendorong branding dan promosi digital potensi lokal di Desa Tegalluar. Peserta tidak hanya belajar teori, tapi juga langsung mencoba membuat landing page sendiri dengan Canva.

Temuan ini konsisten dengan laporan resmi kegiatan PKM Telkom University yang menyatakan bahwa peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan berhasil menghasilkan desain landing page sederhana sebagai media promosi potensi lokal. Dengan demikian, kegiatan ini memperkuat temuan pengabdian masyarakat sebelumnya yang menyatakan bahwa pelatihan digital berbasis Canva merupakan solusi yang relevan dan aplikatif untuk pemberdayaan masyarakat desa (Dipura et al.,2024; Riswanto & Zulkifli, 2025).

Meskipun hasil yang diperoleh sangat positif, terdapat beberapa catatan untuk pengembangan kegiatan selanjutnya, yaitu perlunya penambahan durasi pelatihan, pendampingan pasca-pelatihan,

serta integrasi hasil desain dengan kebutuhan riil UMKM atau program yayasan agar dampak ekonomi dapat dirasakan secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pembuatan landing page menggunakan Canva di Desa Tegalluar telah berhasil mencapai tujuan yang direncanakan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada literasi digital dan keterampilan peserta dalam desain landing page serta pemahaman dasar branding dan pemasaran digital. Nilai pre-test dan post-test yang naik menunjukkan metode pelatihan langsung memang bisa meningkatkan kemampuan peserta. Tingkat kepuasan yang tinggi dan anggapan pelatihan bermanfaat memperlihatkan kalau materi dan cara mengajar sudah pas dengan kebutuhan masyarakat. Pelatihan ini dapat membantu promosi dan branding potensi lokal di Desa Tegalluar. Ke depannya, kegiatan perlu dikembangkan dengan menambah waktu pelatihan dan pendampingan berkelanjutan sehingga dampak ekonomi dan sosial bisa terus berjalan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak Telkom University yang telah memberikan dana hibah untuk mendukung kegiatan abdimas ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfina, O., Siregar, E. T., & Angelina, A. P. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Toko Online Dan Landing Page Menggunakan Canva Di SMK Tritech Indonesia. *METHABDI*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.46880/methabdi.vol2no1.pp32-37>
- Andita, M. P., Indra, A. M., & Ariwibowo, M. F. (2023). Digital Entrepreneurship di SMKN 6 Palembang Berbasis Website. *Jurnal Pemberdayaan Umat*, 2(2), 105–113. <https://doi.org/10.35912/jpu.v2i2.2044>
- Chandra, E. (2024). Utilization of Digital Marketing Landing Pages for Small Businesses; Studies for Community Service. *Quest Journals*, 10(8), 43–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.35629/3795-10084346>
- Dipura, Y. W., Budiawan, A., Ramadhan, G., Fadilah, E. N., & Wahyuni, I. S. (2024). Pelatihan Digital Marketing Pemasaran Produk Lokal UMKM Arumanis Ridho Putra di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis. *Abdimas Galuh*, 6(2), 1503–1511. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25157/ag.v6i2.15348>
- Febiansa, K. Z., Yuniarti, T., & Ramadhan, M. F. Al. (2024). Optimalisasi Aplikasi Canva Dalam Upaya Meningkatkan UMKM. *AN-NIZAM*, 2(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.33558/an-nizam.v2i3.7869>
- Hadjaratie, L., Padiku, I., Jassin, T. M., Ahaliki, B., Zakaria, A., Yusuf, R., & Tolinggi, W. K. (2024). Pelatihan Desain Grafis Dengan Memanfaatkan Aplikasi Canva Pada Siswa Di Lingkungan SMKN 1 Bone Raya. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Bidang Pendidikan, Sains, Dan Teknologi*, 3(2), 40–44. <https://doi.org/10.37905/devotion.v3i2.27151>
- Lesmana, A. S., Ganefi, H. S., & Muttaqien, D. D. (2024). Developing Landing Pages As Digital Marketing Tools For MSME Practitioners In Cigugur: An Educational Approach. *ABDI DOSEN*, 8(4), 1503–1511. <https://doi.org/https://doi.org/10.32832/abdidos.v8i4.2478>
- Munawar, A. H., Yuniasih, Y., Sakifah, Sakinatun, A., & Widiyanti, I. A. (2025). Digital Empowerment Dan Pemberdayaan Umkm Melalui Optimalisasi E-Commerce Dan Media Sosial. *Masyarakat: Jurnal Pengabdian*, 2(3), 421–432. <https://doi.org/10.58740/m-jp.v2i3.536>
- Nugraha, G., Sumiarsih, M., Maulida, H., Apriani, S. M., & Saputra, M. R. A. (2025). Pelatihan Dasar Design Bagi UMKM Melalui Canva Untuk Meningkatkan Kreativitas Pemasaran Digital.

- Abdimasku: *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 250–256. <https://abdimasku.lppm.dinus.ac.id/index.php/jurnalabdimasku/article/view/2610>
- Purnomo, D., Meinawati, M., Aziz, M. A., Ningsih, W., & Junisa, E. (2025). Pelatihan Desain Berbasis Software untuk Membantu UMKM Lokal di Desa Cadassari Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Kemitraan Masyarakat*, 2(2), 87–95. <https://doi.org/10.62383/jkm.v2i2.1470>
- Ratnasari, E. D., Retnosari, R., Ivo, N., Nurcahya, Y. A., & Nasehati, S. S. (2025). Pendampingan Implementasi Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Pendapatan Warung Komunal di Wisata Jalan Tol Kahyangan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 27–34. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i1.335>
- Reyhan, L. K. S., Hendratono, A. K., Sigarlaki, J. J., & Sakti, I. M. (2024). Pelatihan Pemasaran Digital pada UMKM Soramata dalam Menggunakan Media Sosial dan Website. *Jurnal Pengabdian Masyarakat GANESHA*, 4(1). <https://doi.org/10.36728/ganesha.v4i1.2652>
- Riswanto, B., & Zulkifli, R. (2025). Pemberdayaan Pemuda Desa Tunjung melalui Pelatihan Desain Grafis dan Branding Berbasis Aplikasi Canva. *Aksi Nyata: Jurnal Pengabdian Sosial Dan Kemanusiaan*, 2(1), 224–231. <https://doi.org/10.62383/aksinyata.v2i1.1799>
- Satria, V. Y., Al-Fikri, M. S., Nabillah, S. Q., Prasetyo, D., & Abror, S. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 1066–1078. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2360>
- Shandy, A. M. D., Kurniastuti, I., & Saputro, H. E. (2025). Pelatihan Desain Grafis Membuat Logo Menggunakan Canva Kepada UMKM. *Jurnal Abdi Insani*, 12(8), 4166–4172. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i8.2799>
- Simahatie, M., Aswadi, K., Reshi, I. A., Kamaruddin, Sutoyo, Chadafi, M. F., Murni, Bella, I. S., Rahmayanti, E., Nurmalawati, & et al. (2025). Empowering MSMEs through technical assistance for entrepreneurship in the digital age. *International Review of Community Engagement*, 1(2), 135–144. <https://doi.org/10.62941/irce.v1i2.128>
- Solihah, S., & Zakiah, N. E. (2022). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva untuk Mengembangkan Kreativitas dalam Pemasaran Produk UMKM Makanan Khas Daerah Ciamis. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1041–1050. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8099>
- Sukmana, S. E., Rahmad, C., Kirana, A. P., Abdullah, M. Z., Lestari, V. A., & Fatmawati, T. (2025). Pelatihan Desain Kreatif untuk Pengembangan Landing Page Website Interaktif PRM Arbuka. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.33795/abdimas.v12i1.7467>
- Sumo, M., Maisyaroh, R., Aini, N., Avnany, V. A., Ramadhanti, N., Maghfirah, J., & Oktafia, R. (2025). Pendampingan Desain Logo Produk UMKM dengan Canva untuk Meningkatkan Keterampilan Membranding Digital. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 659–669. <https://doi.org/10.36709/amalilmiah.v6i3.465>
- Umiyati, H., Tribuana, D., Hermawan, B., Suherman, E., Triyanto, D., Dewi, P. S. G. K., & Whardani, K. W. (2025). Strengthening MSME Marketing through Digital Marketing and Financial Management Training: International Community Service in Cianjur, West Jawa. *MOVE: Journal of Community Service and Engagement*, 4(5), 151–157. <https://doi.org/10.54408/move.v4i5.450>