

WORKSHOP KREATIVITAS VISUAL DAN PELATIHAN TRANSFORMASI BISNIS UMKM MAJALENGKA: MENGGALI TREN TERBARU DENGAN DESAIN CANVA, E-COMMERCE SHOPEE, DAN TIKTOK

Syamsul Arif Billah^{1*}, Ajeng Ayu Wulandari², Adi Junaedi³

Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia.

syamsularifbillah@gmail.com

Abstract

In the rapidly evolving digital era, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Majalengka face various challenges and opportunities to adapt to the dynamic market changes. The "Creative Visuals and Business Transformation Training Workshop for Majalengka MSMEs" was organized to help MSMEs explore the latest trends in graphic design and e-commerce, and utilize digital platforms such as Canva, Shopee, and TikTok. The event aimed to empower MSMEs with practical skills and innovative strategies to enhance their competitiveness and online presence. The activities included training on visual communication and digital marketing strategies, covering creative design, e-commerce, digital marketing mentoring, and updates on business trends and innovations. Through a practical and interactive approach, participants were encouraged to understand and apply graphic design concepts and e-commerce strategies effectively. The results of the "Creative Visuals and Business Transformation Training Workshop for Majalengka MSMEs" show that participants were able to use Canva to create attractive visual designs, manage and optimize online stores on Shopee, and create dynamic marketing content on TikTok. With knowledge of the latest trends and innovations, participants can adjust their marketing strategies to remain relevant and competitive in the ever-changing market. These skills help participants enhance their online presence, competitiveness, and market reach of MSMEs in the digital era.

Keywords: MSMEs , Canva, Shopee, Tiktok, Digital Marketing

Abstrak

Di era digital yang terus berkembang, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Majalengka dihadapkan pada berbagai tantangan dan peluang untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis. Workshop Kreativitas Visual dan Pelatihan Transformasi Bisnis UMKM Majalengka diselenggarakan untuk membantu UMKM menggali tren terbaru dalam desain grafis dan e-commerce, serta memanfaatkan platform digital seperti Canva, Shopee, dan TikTok. Acara ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM dengan

keterampilan praktis dan strategi inovatif guna meningkatkan daya saing dan kehadiran online mereka. Rangka kegiatan ini berupa materi tentang komunikasi visual dan strategi pemasaran digital. Kegiatan ini mencakup pelatihan desain kreatif, e-commerce, mentoring pemasaran digital, dan update tren serta inovasi bisnis. Melalui pendekatan praktis dan interaktif, peserta diajak untuk memahami dan mengaplikasikan konsep-konsep desain grafis dan strategi e-commerce secara efektif. Hasil dari workshop "Kreativitas Visual dan Pelatihan Transformasi Bisnis UMKM Majalengka" menunjukkan bahwa peserta mampu menggunakan Canva untuk membuat desain visual yang menarik, mengelola dan mengoptimalkan toko online di Shopee, serta menciptakan konten pemasaran dinamis di TikTok. Dengan pengetahuan tentang tren dan inovasi terbaru, peserta dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang terus berubah. Kemampuan-kemampuan ini membantu peserta meningkatkan kehadiran online, daya saing, dan jangkauan pasar UMKM di era digital.

Kata Kunci: UMKM, Canva, Shopee, TikTok, Pemasaran Digital

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, khususnya di Majalengka, menghadapi tantangan sekaligus peluang yang signifikan. Transformasi digital telah mengubah lanskap bisnis secara dramatis, memaksa UMKM untuk beradaptasi dengan cepat guna mempertahankan daya saing mereka di pasar yang semakin global dan terkoneksi (Priyono et al., 2020). Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM RI (2023), meskipun UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja, masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam operasi bisnis mereka.

Salah satu aspek krusial dalam transformasi digital UMKM adalah pemasaran digital dan e-commerce. Penelitian oleh Wijaya et al. (2021) menunjukkan bahwa adopsi e-commerce oleh UMKM di Indonesia dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan secara signifikan. Namun, banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam mengadopsi teknologi ini, termasuk kurangnya pengetahuan teknis, keterbatasan sumber daya, dan kesulitan dalam menciptakan konten pemasaran yang menarik.

Dalam konteks ini, platform seperti Canva, Shopee, dan TikTok muncul sebagai alat yang powerful namun user-friendly bagi UMKM untuk meningkatkan kehadiran online mereka. Canva, dengan antarmuka drag-and-drop-nya yang intuitif, memungkinkan UMKM untuk menciptakan desain visual yang profesional tanpa memerlukan keahlian desain grafis yang mendalam (Rahayu et al., 2022). Hal ini sangat penting mengingat penelitian oleh Budiman et al. (2020) menunjukkan bahwa kualitas visual dalam pemasaran online berkorelasi positif dengan kepercayaan konsumen dan niat beli.

Sementara itu, Shopee telah menjadi salah satu platform e-commerce terkemuka di Indonesia. Studi oleh Nasution et al. (2023) mengungkapkan bahwa UMKM yang aktif di Shopee mengalami peningkatan penjualan rata-rata sebesar 30% dalam setahun pertama mereka bergabung. Platform ini menawarkan berbagai fitur yang mendukung UMKM, seperti tools analitik sederhana dan program pelatihan online, yang membantu pemilik usaha untuk memahami pasar mereka dengan lebih baik.

TikTok, sebagai platform media sosial yang sedang naik daun, menawarkan peluang unik bagi UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Penelitian oleh Widodo dan Mawardi (2022) menunjukkan bahwa konten TikTok yang autentik dan kreatif dapat meningkatkan brand awareness UMKM hingga 40% dalam waktu relatif singkat. Platform ini memungkinkan UMKM untuk bereksperimen dengan format konten yang lebih dinamis dan interaktif, seperti video pendek dan challenge, yang dapat meningkatkan engagement dengan konsumen potensial.

Namun, tantangan utama bagi banyak UMKM adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan platform-platform ini secara efektif. Sebuah survei oleh Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA) pada tahun 2022 mengungkapkan bahwa lebih dari 60% UMKM merasa kesulitan dalam menciptakan konten yang menarik dan konsisten untuk platform digital mereka. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak akan pelatihan dan pendampingan dalam aspek kreativitas visual dan strategi pemasaran digital.

Di sisi lain, perkembangan teknologi juga membawa tantangan baru dalam hal keamanan data dan privasi konsumen. Penelitian oleh Fauzi et al. (2023) menunjukkan bahwa 45% konsumen Indonesia merasa khawatir tentang keamanan data mereka saat

berbelanja online, terutama di platform yang kurang dikenal. Ini menekankan pentingnya bagi UMKM untuk tidak hanya fokus pada aspek pemasaran, tetapi juga memahami dan mengimplementasikan praktik keamanan data yang baik dalam operasi e-commerce mereka.

Dalam konteks Majalengka, sebagai salah satu kota di Jawa Barat dengan potensi UMKM yang besar namun masih berkembang dalam adopsi teknologi digital, workshop dan pelatihan yang berfokus pada kreativitas visual dan transformasi bisnis menjadi sangat relevan. Studi kasus oleh Pratama et al. (2023) di Majalengka menunjukkan bahwa UMKM yang mengikuti pelatihan serupa mengalami peningkatan omzet rata-rata sebesar 25% dalam enam bulan setelah pelatihan, dibandingkan dengan kelompok kontrol yang tidak mengikuti pelatihan.

Mengingat semua faktor di atas, penyelenggaraan "Workshop Kreativitas Visual dan Pelatihan Transformasi Bisnis UMKM Majalengka: Menggali Tren Terbaru Dengan Desain Canva, E-Commerce Shopee, Dan Tiktok" menjadi langkah strategis dalam memberdayakan UMKM lokal. Inisiatif ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis para pelaku UMKM, tetapi juga untuk membangun ekosistem digital yang lebih kuat dan inklusif di Majalengka.

METODE

Dalam menghadapi tantangan signifikan terkait kurangnya pemahaman bisnis digital dan pembelajaran desain sederhana, UMKM di Majalengka menemui kesulitan tanpa adanya wadah yang memfasilitasi kebutuhan tersebut. Oleh karena itu, tim PKM mengusulkan penyelenggaraan "Workshop Kreativitas Visual Dan Pelatihan Transformasi Bisnis Umkm Majalengka: Menggali Tren Terbaru Dengan Desain Canva, E-Commerce Shopee, Dan Tiktok".

Proses dimulai dengan berkoordinasi dengan ketua UMKM Majalengka untuk mendiskusikan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Setelah identifikasi masalah, kegiatan workshop diusulkan dan kesepakatan mitra diwujudkan dalam surat pernyataan yang menandatangani kesediaannya untuk bekerja sama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang diaktualisasikan melalui kegiatan Workshop tersebut.

Kerjasama dengan UMKM Majalengka sangat penting, dan surat pernyataan dari mitra merupakan langkah awal yang solid dalam memastikan dukungan mereka.

Workshop ini bukan hanya tentang memberikan pelatihan, tetapi juga membangun kolaborasi yang berkelanjutan antara tim PKM dan UMKM, menciptakan wadah yang mendukung pertumbuhan dan transformasi bisnis secara berkesinambungan. Dengan demikian, diharapkan UMKM di Majalengka dapat mengoptimalkan potensi mereka dalam dunia digital dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang terus berkembang.

Adapun alasan mengapa workshop ini dilaksanakan adalah sesuai kepakaran Ketua Tim PKM dalam hal ini Syamsul Arif Billah, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Majalengka, menjadi sosok yang tepat untuk melaksanakan workshop ini karena keahliannya dalam bidang komunikasi visual dan strategi sosial media, akan membantu menilai bagaimana visual suatu desain yang menarik. Selain itu beliau telah memiliki pengalaman yang luas dan pengetahuan mendalam sebagai pemimpin prodi di perguruan tinggi, menjadikannya sebagai bidang kepakaran yang sangat sesuai untuk memberikan panduan kepada UMKM.

Sebagai seorang ahli dalam ilmu komunikasi visual, Syamsul Arif Billah dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana desain dan visualisasi dapat mempengaruhi strategi pemasaran online. Kepakarannya di bidang komunikasi visual akan menjadi bekal berharga bagi para UMKM yang menghadiri workshop ini, membantu mereka menciptakan identitas visual yang kuat dan menarik untuk produk atau layanan mereka.

Dalam tim penyelenggara workshop, terdapat juga Ajeng Ayu Wulandari, seorang dosen yang memiliki spesialisasi dalam mata kuliah sosial media spesialis, yang relevan dalam membantu memberi pelatihan desain poster, logo, merk, atau kemasan untuk UMKM dengan aplikasi Canva, karena di sosial media specialist ini akan mempelajari pembuatan desain dan konten. Selain itu juga dapat memberi pelatihan pengenalan mengenai tiktok live dan cara berualan di tiktok.

Tidak hanya sebagai dosen, Ajeng Ayu Wulandari juga memiliki pengalaman sebagai pelaku usaha dengan menjadi pemilik "PIA Official" sejak tahun 2020 hingga saat ini. Keberhasilannya dalam menerapkan strategi pemasaran di platform Shopee dan TikTok menjadikan kontribusinya lebih bernilai. Pengalaman praktisnya sebagai pemilik usaha memberikan dimensi tambahan dalam workshop, menghadirkan perspektif nyata tentang tantangan dan peluang di dunia e-commerce. Dengan latar belakang pendidikan saat menempuh Pendidikan Magister Ilmu komunikasi dengan

konsentrasi jurusan “Marketing komunikasi” maka dapat memberikan kontribusi besar dalam memberikan pemahaman peserta mengenai konteks pemasaran digital. Workshop ini tidak hanya memberikan panduan praktis tetapi juga dasar teoritis yang kokoh untuk mendukung keberhasilan strategi pemasaran online.

Dengan demikian, kehadiran Syamsul Arif Billah dan Ajeng Ayu Wulandari dalam workshop ini tidak hanya menjadi fasilitator yang berkualitas tetapi juga mentor yang dapat menginspirasi dan memberikan contoh nyata kepada para peserta. Kombinasi keahlian akademis dan praktis dari keduanya akan menciptakan pengalaman workshop yang bermanfaat dan relevan bagi UMKM yang mengikuti kegiatan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengembangkan desain kreatif, strategi e-commerce, persaingan di pasar digital, dan mengikuti perubahan tren memang merupakan hal yang signifikan, dan perlu ditemukan Solusi yang bermanfaat untuk UMKM agar dapat mengikuti tren dan mengatasi keteringgalan tersebut. Untuk mengatasi permasalahan ini, maka pengadaan workshop dan pelatihan memiliki beberapa solusi yang dapat diimplementasikan:

1) Workshop Desain Kreatif

Mengadakan workshop pelatihan desain kreatif yang fokus pada penggunaan alat-alat desain grafis populer seperti Canva. Pelatihan ini akan membantu UMKM mengatasi kendala keahlian dalam desain dan menciptakan identitas visual yang menarik. Workshop Desain Kreatif merupakan inisiatif yang dirancang khusus untuk memberdayakan UMKM dalam menciptakan desain yang menarik dan sesuai dengan tren terkini (Naimah, Rahmatul Jannatin, dkk 2020). Workshop Kreativitas Visual Dan Pelatihan Transformasi Bisnis Ukm Majalengka: Menggali Tren Terbaru Dengan Desain Canva, E-Commerce Shopee, Dan Tiktok dilaksanakan pada 8 Juni 2024 di Kasungka food court Majalengka.



Gambar 1. Opening Kegiatan Workshop Kreativitas Visual Dan Pelatihan Transformasi Bisnis Umkm Majalengka
(Sumber:Dokumentasi 8 Juni 2024)

Dalam upaya memperkuat dan mengembangkan potensi UMKM di Majalengka, acara ini secara resmi dibuka oleh Bapak Mulyana Alamsyah, Kepala UPTD Disparbud, yang memberikan sambutan hangat dan inspiratif kepada para peserta workshop. Dalam sambutannya, beliau menekankan pentingnya kreativitas visual dan kehadiran online bagi perkembangan UMKM di era digital ini.



Gambar 2. Opening Kegiatan oleh Ketua Kepala UPTD Disparbud
(Sumber:Dokumentasi 8 Juni 2024)

Hadir pula dalam acara ini, Bapak Asep, Ketua UMKM Juara Kabupaten Majalengka, yang turut memberikan motivasi dan arahan kepada para peserta. Beliau berbagi pengalaman dan strategi sukses dalam mengelola bisnis UMKM, serta mengajak seluruh peserta untuk terus berinovasi dan memanfaatkan platform digital guna memperluas jangkauan pasar.



Gambar 3. Opening Kegiatan Ketua UMKM Juara Kabupaten Majalengka
(Sumber:Dokumentasi 8 Juni 2024)

Workshop ini diikuti oleh berbagai pelaku UMKM dari berbagai sektor seperti kuliner, kerajinan tangan, pertanian, dan tekstil. Para peserta mendapatkan pelatihan praktis dalam penggunaan alat desain seperti Canva, serta cara mengoptimalkan platform e-commerce seperti Shopee dan TikTok. Tujuannya adalah untuk memberdayakan UMKM agar dapat bersaing secara efektif di pasar yang terus berkembang dan berubah.

Dalam workshop ini, peserta diajak untuk memahami konsep dasar desain grafis dan menguasai penggunaan alat-alat desain grafis populer seperti Canva. Canva menjadi solusi yang baik untuk UMKM karena aplikasi ini sangat mudah di ikuti dan dapat melakukan desain melalui ponsel dan tidak perlu menggunakan laptop ataupun computer, selain itu canva juga menyediakan template gratis yang dapat digunakan secara instan,

Melalui serangkaian sesi interaktif, para peserta akan mempelajari prinsip dasar desain, pemilihan warna yang efektif, dan strategi penataan elemen visual. Selain itu, mereka akan diberikan panduan praktis tentang bagaimana menciptakan identitas visual yang konsisten dengan merek mereka.



Gambar 4 Kegiatan Pendampingan Membuat akun Canva, shopee dan Tiktok

(Sumber:Dokumentasi 8 Juni 2024)

Workshop ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis desain, tetapi juga memberikan wawasan tentang bagaimana desain dapat meningkatkan daya tarik produk atau layanan UMKM di mata konsumen. Workshop Desain Kreatif diarahkan untuk membuka wawasan baru bagi peserta tentang potensi kreatif mereka sendiri dan mengatasi kendala keahlian dalam desain. Dengan mendukung UMKM dalam mengembangkan keterampilan desain, diharapkan mereka dapat memperkuat kehadiran online mereka dan meningkatkan daya saing di pasar digital yang semakin kompleks.

2) Pelatihan *E-commerce*

Menyelenggarakan pelatihan khusus tentang strategi e-commerce, termasuk paham mengenai platform online seperti Shopee, TikTok. Dengan pemahaman yang lebih baik, UMKM dapat mengintegrasikan bisnis mereka secara efektif ke dalam dunia online (Dewi, S. C., & Muallimah, H. 2019).

Shopee dan TikTok menjadi pilihan efektif dalam ranah e-commerce saat ini. Shopee meraih popularitas di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, dengan jutaan pengguna aktif dan fitur inovatif seperti live streaming dan flash sale. Kemudahan transaksi dengan sistem pembayaran yang beragam membuat Shopee menjadi platform praktis dan aman bagi konsumen (Iksyanti, D. Z., & Hidayat, A. M. 2022). Sementara itu, TikTok menarik perhatian dengan keterlibatan pengguna yang

tinggi, terutama di kalangan generasi muda. Keunikan format video pendeknya menciptakan peluang promosi yang kreatif dan efektif, menjadikannya alat pemasaran yang menarik bagi UMKM.



Gambar 5. Kegiatan Pemaparan *E-commerce*

(Sumber:Dokumentasi 8 Juni 2024)

3) Mentoring Pemasaran Digital

Pelatihan *E-commerce* yang diselenggarakan akan memberikan pemahaman mendalam kepada para peserta mengenai strategi dan praktik terbaik dalam berjualan online, khususnya di platform Shopee dan TikTok. Fokus utama dari sesi pelatihan ini adalah memberikan pengetahuan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh UMKM untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam memanfaatkan potensi penjualan di dunia digital.

Dalam pelatihan Shopee, peserta akan dibimbing langkah demi langkah dalam membuat dan mengelola toko online mereka di platform tersebut. Mereka akan memahami cara mengoptimalkan deskripsi produk, menarik perhatian konsumen melalui foto yang menarik, dan strategi pricing yang efektif. Selain itu, akan diajarkan juga cara berinteraksi dengan pelanggan, mengelola pesanan, dan menggunakan fitur-fitur lainnya yang ditawarkan oleh Shopee.



Gambar 6. Mentoring Pemasaran Digital

(Sumber:Dokumentasi 8 Juni 2024)

Sementara itu, pelatihan TikTok akan memfokuskan pada pemasaran visual yang dinamis. Peserta akan belajar bagaimana membuat konten yang menarik dan relevan dengan audiens TikTok. Strategi untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik konten juga akan menjadi bagian integral dari pelatihan ini. Para peserta akan diberikan wawasan tentang tren konten yang efektif di TikTok dan cara menggunakan platform ini sebagai alat pemasaran yang powerful.

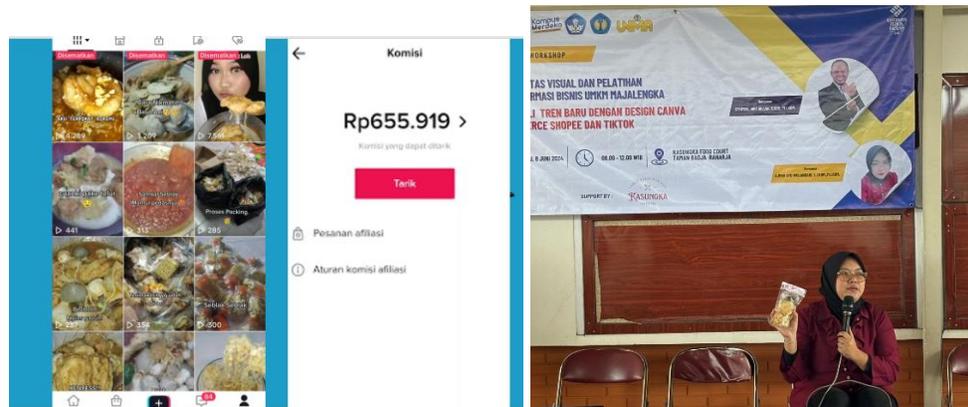
Dengan pembelajaran yang komprehensif ini, diharapkan UMKM dapat menggabungkan pengetahuan e-commerce Shopee dan TikTok untuk meningkatkan kehadiran mereka secara online, menjadikan bisnis lebih terlihat oleh calon pelanggan, dan tentu saja, meningkatkan penjualan produk mereka.

4) Update Tren dan Inovasi

Pelatihan "Update Tren dan Inovasi" bertujuan untuk memberikan wawasan terbaru kepada UMKM mengenai perubahan tren konsumen dan perkembangan Teknologi (Putri, M. A., & Pratito, D. W. S. N. 2023). Penerapan Kampanye Sosial Dalam Desain Komunikasi Visual. Dalam sesi ini, peserta akan mendapatkan informasi terkini tentang preferensi konsumen, perkembangan teknologi terkini, serta inovasi dalam dunia bisnis.

Tujuan utama dari sesi ini adalah membekali UMKM dengan pengetahuan yang diperlukan untuk tetap relevan di pasar yang terus berubah. Peserta akan diperkenalkan dengan tren-tren terkini yang mempengaruhi perilaku konsumen,

sehingga mereka dapat menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka secara efektif.



Gambar 7. Update Tren dan Inovasi
(Sumber:Dokumentasi 8 Juni 2024)

Selain itu, sesi ini juga akan membahas inovasi-inovasi terbaru dalam dunia bisnis dan teknologi yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka. Dengan informasi yang up-to-date, diharapkan UMKM dapat mengidentifikasi peluang baru, mengembangkan produk inovatif, dan meningkatkan efisiensi operasional mereka.

Melalui pelatihan ini, UMKM akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang perubahan dalam lingkungan bisnis mereka, sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih cerdas dan responsif terhadap dinamika pasar yang terus berkembang.

Dengan mengimplementasikan solusi ini melalui workshop dan pelatihan, diharapkan UMKM dalam menghadapi tantangan di era digital. Workshop Desain Kreatif ditujukan untuk mengatasi kendala keahlian desain UMKM, sedangkan Pelatihan E-commerce fokus pada penguasaan strategi e-commerce, terutama di platform Shopee dan TikTok. Mentoring Pemasaran Digital memberikan panduan praktis untuk mengoptimalkan penjualan online, sementara Pelatihan "Update Tren dan Inovasi" bertujuan menjaga UMKM tetap relevan dengan perubahan tren dan teknologi.



Gambar 8. Kegiatan sesi foto bersama peserta
(Sumber:Dokumentasi 8 Juni 2024)

Dengan kombinasi pengetahuan dalam desain kreatif, e-commerce, pemasaran digital, dan pemahaman tentang tren terkini, diharapkan UMKM dapat memperkuat kehadiran online mereka, meningkatkan daya saing, dan meningkatkan penjualan produk. Melalui partisipasi aktif dalam program ini, UMKM akan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk sukses di era digital yang dinamis.

SIMPULAN

Workshop Kreativitas Visual dan Pelatihan Transformasi Bisnis UMKM Majalengka telah memberikan wawasan dan keterampilan yang sangat dibutuhkan oleh para pelaku UMKM untuk beradaptasi dan berkembang di era digital yang dinamis. Dengan fokus pada kreativitas visual dan pemanfaatan platform digital seperti Canva, Shopee, dan TikTok, workshop ini berhasil memberikan solusi praktis dan strategis untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM.

Pembukaan acara oleh Bapak Mulyana Alamsyah, Kepala UPTD Disparbud, dan Bapak Asep, Ketua UMKM Juara Kabupaten Majalengka, menekankan pentingnya dukungan pemerintah dan komunitas lokal dalam memperkuat sektor UMKM. Peserta mendapatkan pengetahuan praktis tentang desain grafis, strategi e-commerce, dan pemasaran digital, yang semuanya diarahkan untuk meningkatkan daya tarik visual dan kehadiran online bisnis mereka.

Solusi yang diimplementasikan dalam workshop ini, termasuk pelatihan desain kreatif, e-commerce, mentoring pemasaran digital, dan update tren dan inovasi,

memberikan bekal yang komprehensif bagi UMKM untuk bersaing secara efektif di pasar digital. Dengan memahami dan menerapkan strategi-strategi yang diajarkan, UMKM di Majalengka diharapkan dapat memperkuat identitas visual mereka, memanfaatkan potensi e-commerce, dan tetap relevan dengan perubahan tren konsumen dan teknologi.

Kolaborasi antara tim PKM dan UMKM Majalengka yang terjalin melalui workshop ini juga diharapkan dapat terus berlanjut, menciptakan sinergi yang positif untuk pertumbuhan bisnis lokal. Dengan kombinasi pengetahuan akademis dan pengalaman praktis dari para fasilitator, peserta workshop mendapatkan panduan yang holistik dan inspiratif.

Pada akhirnya, diharapkan bahwa UMKM di Majalengka dapat mengoptimalkan potensi penuh yang ditawarkan oleh dunia digital, meningkatkan daya saing mereka, dan mencapai kesuksesan yang lebih besar di masa depan. Workshop ini bukan hanya memberikan keterampilan baru tetapi juga menanamkan semangat inovasi dan adaptasi yang esensial bagi kelangsungan dan pertumbuhan bisnis UMKM di era digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan Workshop Kreativitas Visual dan Pelatihan Transformasi Bisnis UMKM Majalengka. Terima kasih kepada Bapak Mulyana Alamsyah, Kepala UPTD Disparbud, yang telah berkenan membuka acara ini dan memberikan sambutan yang inspiratif. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Bapak Asep, Ketua UMKM Juara Kabupaten Majalengka, atas motivasi dan arahan yang berharga bagi para peserta.

Kami sangat menghargai kerja sama dan dukungan yang diberikan oleh para pelaku UMKM yang telah berpartisipasi aktif dalam workshop ini. Keikutsertaan dan antusiasme Anda semua menjadi kunci sukses acara ini. Kami berharap ilmu dan keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi perkembangan bisnis Anda.

Ucapan terima kasih juga kami tujukan kepada Lembaga Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat dan Inovasi (LP2MI) Universitas Majalengka yang telah memberikan dukungan dan pendanaan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana

dengan lancar. Apresiasi kami sampaikan atas upaya LP2MI dalam mendorong kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Tidak lupa, kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas dukungan dan kontribusinya. Semoga kolaborasi yang terjalin dalam workshop ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi UMKM di Majalengka.

Kami berharap kegiatan ini menjadi awal dari perubahan positif dan inovasi berkelanjutan dalam dunia usaha UMKM. Terima kasih atas partisipasi dan dukungan Anda semua. Semoga kesuksesan selalu menyertai kita dalam setiap langkah menuju kemajuan dan keberhasilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA). (2022). Survei tantangan UMKM dalam adopsi e-commerce. [Laporan tidak dipublikasikan].
- Budiman, A., Anwar, R., & Priatna, W. B. (2020). The effect of visual design quality on consumer trust and purchase intention in Indonesian e-commerce. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(1).
- Dewi, S. C., & Muallimah, H. (2019). Perancangan kemasan sebagai media promosi Borondong Majalaya. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 1(1).
- Fauzi, A. A., Novianti, K. R., & Supriyanto, A. (2023). Consumers' data privacy concerns in Indonesian e-commerce: A study on perception and behavior. *Journal of Information Security and Applications*, 72, 103384.
- Iksyanti, D. Z., & Hidayat, A. M. (2022). Pengaruh social media marketing melalui electronic word of mouth pada platform TikTok terhadap keputusan pembelian di Shopee. *YUME: Journal of Management*, 5(2).
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar (UB) tahun 2018-2022. Retrieved from <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Impact*, 2(2). Politeknik Negeri Banjarmasin.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. A. (2023). The impact of e-commerce adoption on MSME performance: A case study of Shopee sellers in Indonesia. *International Journal of Economics and Business Administration*, 11(1).

- Pratama, H., Suryani, E., & Wijaya, S. (2023). Digital transformation of MSMEs in Majalengka: Impact of training programs on business performance. *Journal of Small Business Strategy*, 33(2).
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of SMEs during the COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4)
- Putri, M. A., & Pratito, D. W. S. N. (2023). Mengungkap keberhasilan bauran pemasaran pada usaha kuliner toko roti. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 15(3). Universitas Semarang.
- Rahayu, R., Nurhaeni, T., & Rohmah, M. (2022). The role of Canva in enhancing SMEs' visual marketing strategies in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 16(2)
- Widodo, A., & Mawardi, M. K. (2022). TikTok marketing strategy for Indonesian SMEs: Impact on brand awareness and purchase intention. *Journal of Content, Community & Communication*, 15
- Wijaya, S. A., Caesaron, D., & Santoso, H. (2021). Factors affecting the adoption of e-commerce among SMEs in Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 22(1)