



e-ISSN: 2747-2345 | p-ISSN: 2746-8704

JURNAL PKM

MERPATI

Media Publikasi PkM Universitas Logistik dan Bisnis Internasional



ULBI

Universitas Logistik & Bisnis Internasional

Direktorat Riset, PPM, Inovasi, Kemitraan dan Kewirausahaan
UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL

Jurnal PKM

Volume 6

Nomor 1

Desember 2024

Halaman 01-52



Editorial Board

Editor In Chief

Nama : Cahyo prianto (Unit Penelitian dan PKM Universitas Logistik dan Bisnis Internasional)

Email : cahyo@ulbi.ac.id

ID Google scholar: [_he-1aEAAAAJ](#)

ID SCOPUS : [57212213833](#)

ID SINTA : [6117419](#)

ID ORCID : [0000-0003-1857-1189](#)

Editor Board

Nama : Dr. Darto, S.IP., M.Si (Universitas Padjajaran)

Email : darto@unpad.ac.id

ID Google Scholar : [QztXupcAAAAJ](#)

Scopus ID : [57827807600](#)

SINTA ID : [5986884](#)

Dr. Muhammad Ibnu Choldun Rachmatullah, S.T., M.T. (Telkom University)

Email : muhammadibnucholdun@telkomuniversity.ac.id

ID Google scholar: [8J0uJIeAAAAJ](#)

ID Scopus : [57224844807](#)

ID Sinta : [6658282](#)

ID Orchid : [0000-0003-4071-887X](#)

Saepudin Nirwan, PhD (Universitas Logistik dan Bisnis Internasional)

Email : saepudin@ulbi.ac.id

ID Google scholar: [Oy23tx0AAAAJ](#)

ID Scopus : [58017448500](#)

ID Sinta : [6646376](#)

ID Orchid : [0000-0002-7518-8605](#)

INDONESIAN



ENGLISH



ADDITIONAL MENU

[About](#)

[Reviewer](#)

[Peer Review Process](#)

[Author Guidelines](#)

[Publication Ethics](#)

[Plagiarism Check](#)

[Open Access Policy](#)

[Indexing](#)

[Template](#)

[Article Processing Charge \(APC\)](#)



Reviewer

Dr.Pretiy Diawati,S.Sos,MM (Reviewer - Universitas Logistik dan Bisnis Internasional)

email : pretydiawati@ulbi.ac.id

ID Google scholar: [D_7fMu0AAAAJ](#)

ID Scopus : [57211561391](#)

ID Sinta : [6106301](#)

ID Orchid : [0000-0003-3028-7543](#)

Dr. Dindin Abdurrohman BS, S.Sos, MM, MSi (Reviewer - Universitas Pasundan)

Email : dindin.abdulrohman@unpas.ac.id

ID Google scholar: [cEgtjMQAAAAJ](#)

ID Scopus : [57202135081](#)

ID Sinta : [6000984](#)

ID Orchid : [0000-0001-5553-1544](#)

Nama lengkap : Dr Dede Hertina, SE.,M.Si (Reviewer - Universitas Widyatama)

Email : dede.hertina@widyatama.ac.id

ID Google scholar: [nCfdeYsAAAAJ](#)

ID Scopus : [57205060391](#)

ID Sinta : [6002767](#)

ID Orchid : [0000-0002-4641-2727](#)

Dini Hamidin, MBA, MT (Reviewer - Universitas Logistik dan Bisnis Internasional)

Email : dinihamidin@ulbi.ac.id

ID Google scholar: [fVfMFEEAAAAJ](#)

ID Scopus : [57210973144](#)

ID Sinta : [5978964](#)

ID Orchid : [0000-0002-7094-1733](#)

Nisa Hanum Harani, S.Kom, MT, CDSP ((Reviewer - Universitas Logistik dan Bisnis Internasional)

Email : nisa@ulbi.ac.id

ID Google scholar: [a34B7m4AAAAJ](#)

ID Scopus : [57202304751](#)

ID Sinta : [6093595](#)

ID WoS : V-1237-2019

Member IEEE : #95580519

Member APTIKOM : AP-12.00385

Nama lengkap : Dr. Nurlaela Kumala Dewi, ST, MT, CMILT (Reviewer - Universitas Logistik dan Bisnis Internasional)

Email : nurlaelakumala@ulbi.ac.id

ID Google scholar: [PPd516QAAAAJ](#)

ID Scopus : 57195776360

ID Sinta : 6037697

ID Orchid : <https://orchid.org/0009-0001-8504-7566>

INDONESIAN



ENGLISH



ADDITIONAL MENU

[About](#)

[Editorial Board](#)

[Reviewer](#)

[Peer Review Process](#)

[Author Guidelines](#)

[Publication Ethics](#)

[Plagiarism Check](#)

[Open Access Policy](#)

[Indexing](#)

[Template](#)

[Article Processing Charge \(APC\)](#)

INDEXING BY

[Google Scholar](#)

[Garuda](#)

[One Search](#)

JURNAL MERPATI

Media Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

<https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/merpati>

PELATIHAN *CONTENT DIGITAL* UNTUK MENUNJANG PROSES BISNIS PADA ERA 4.0 DI SMA NEGERI TANJUNG SARI

Rahma Hanum¹, Y.Casmadi², Surya Ramadhan Noor³, Dudi Hendra Fachrudin⁴

¹ S1 Bisnis Digital, Fakultas Logistik Teknologi dan Bisnis Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

¹ rahmahanum@ulbi.ac.id

² S1 Bisnis Digital, Fakultas Logistik Teknologi dan Bisnis Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

² yohanes@ulbi.ac.id

³ D3 Akuntansi, Sekolah Vokasi Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

³ suryarn@ulbi.ac.id

⁴ S1 Manajemen Logistik Fakultas Logistik Teknologi dan Bisnis, Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

⁴ dudihendra@ulbi.ac.id

ABSTRAK

Pekembangan pesat teknologi dan digitalisasi di dunia menciptakan banyak peluang bisnis yang bermunculan. Dengan memanfaatkan digitalisasi dan design suatu aplikasi dapat memudahkan para pelaku bisnis untuk lebih efektif dan efisien dalam menjalankan proses bisnis yang berbasis digital. Meluasnya pelanggan dan meningkatnya pemasukan adalah tujuan dari setiap orang yang mempunyai atau menjalankan sebuah bisnis. Era digitalisasi 4.0 merupakan era dimana teknologi digital mengubah fundamental cara kita hidup, bekerja dan berinteraksi. Dalam era ini kita melihat transformasi besar dalam berbagai sector termasuk manufaktur, layanan kesehatan, transportasi, pendidikan, dan banyak lagi. Proses otomatisasi dan digitalisasi menjadi lebih luas, meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan inovasi. konten digital adalah segala bentuk informasi atau materi yang disampaikan melalui media digital, seperti teks, gambar, audio, dan video. Dengan diadakannya pelatihan konten digital di SMA Negeri Tanjung Sari diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan siswa dan siswi dibidang konten digital yang dapat diterapkan dengan menggunakan Aplikasi Canva yang merupakan salah satu alat design grafis yang menyediakan berbagai fitur untuk menunjang kebutuhan pengguna dalam membuat poster, brosur dan konten digital sebagai media promosi yang bermanfaat dalam memperluas pelanggan dalam suatu bisnis yang sedang dijalankan.

Kata Kunci: content digital, era 4.0, aplikasi canva

ABSTRACT

Rapid development of technology and digitalization in the world creates many emerging business opportunities. By utilizing digitalization and design of an application can facilitate business operators to be more effective and efficient in running business processes based on digital. Expanding customers and increasing revenue is the goal of everyone who has or runs a business. The digitalization 4.0 era is an era where digital technology is fundamentally changing the way we live our lives, work and interact. In this era we see a major transformation in various sectors including manufacturing, Healthcare, transportation, Education, and many more. Automation and digitalization process become more widespread, Increased efficiency, Productivity, and innovation. Digital content is any form of

information or material conveyed through digital media, as text, Picture, audio, and video. By holding a digital content training in sma negeri tanjung sari.

Keyword: digital content, era of 4.0, canva aplikasi

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis dan teknologi yang semakin pesat merupakan suatu peluang bagi para pelaku bisnis maupun orang yang ingin memulai bisnis[1]. Kehidupan di era saat ini menjadikan banyak peluang bagi pelaku bisnis untuk mengembangkan dan memperluas pasar mereka. Teknologi hadir sebagai alat bantu dalam media promosi untuk memasarkan bisnis yang dikelola oleh para usahawan. [2]Media digital sebagai peran penting dalam mempublikasikan pesan yang ingin disampaikan. Bahkan beberapa perusahaan telah mengubah cara mengkomunikasikan produknya melalui media digital. Media digital yang paling umum digunakan adalah media sosial [3]. Jenis media sosial yang paling umum digunakan yaitu youtube, facebook, Instagram, tiktok, dan twitter. Dengan maraknya perkembangan media digital ini, maka peluang bisnis barupun muncul yang berkaitan dengan penyediaan konten digital[4]. Pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran sangat diperlukan dalam hal mendesain, menganalisis, mengevaluasi, mengembangkan, dan mengimplementasikan materi dalam proses pembelajaran.[5]

Konten digital memiliki peran yang besar untuk meningkatkan daya tarik pelanggan untuk menambah daya beli guna menambah pendapatan bagi para pelaku usaha[6]. Konten Digital merupakan salah satu strategi dalam membidik konsumen dalam era digital karena dirancang sesuai karakteristik zaman saat ini [7]. Dengan berkembangnya kebutuhan konten digital maka pelatihan untuk membuat design digital untuk membantu membuat konten digital jadi lebih menarik dan aesthetic yang diharapkan dapat meningkatnya daya Tarik bagi para pelanggan.

Dengan adanya pelatihan Pelatihan Content Digital untuk Menjunjang Prospek Bisnis pada Era 4.0 di SMA Negeri Tanjung Sari diharapkan para siswa dan siswi dapat dengan mudah menyerap informasi dan pelatihan yang diberikan dan dapat dimanfaatkan untuk menunjang prospek bisnis di masa depan.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Tempat dan Waktu

SMA Negeri Tanjung Sari terletak di Jalan Raya Tanjung Sari no NO. 404 Gudang-Sumedang Kec. Tanjungsari, Kab. Sumedang Prov. Jawa Barat. Lokasi SMA Tanjung Sari berjarak sekitar 26 km dari Universitas Logistik dan Bisnis Internasional serta memiliki waktu tempuh sekitar 1 jam 10 menit.

Waktu pelaksanaan PKM dari bulan Agustus 2024 - November 2024 dengan rincian kegiatan yang telah kami lakukan sebagai berikut :

2.2 Khalayak Sasaran

Diharapkan siswa dan siswi di SMA Negeri Tanjung Sari dapat meningkatkan kreatifitas dengan membuat konten digital yang menarik guna meningkatkan peserta didik yang memiliki bisnis kecil dan menengah agar dapat meningkatkan pemasaran digital mereka melalui konten berkualitas.[8] Selain itu dapat mengenalkan daya saing dalam kegiatan bisnis sehingga dapat menciptakan pemasaran digital dengan media promosi konten digital yang menarik.

2.3 Metode Pengabdian

Metode Kegiatan Adapun pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini dibagi menjadi beberapa tahapan kegiatan, yang mana secara garis besarnya adalah memberikan pelatihan kepada peserta didik, dengan rincian sebagai berikut:

1. Tahap studi materi tentang konten digital
2. Tahap Pengenalan Aplikasi Canva
3. Tahap Mempraktikan dan membuat konten digital menggunakan canva

2.4 Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan suatu kegiatan adalah adanya perubahan antara sebelum diadakan kegiatan pengabdian masyarakat dan sesudah adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat, maka berkaitan dengan kegiatan Pelatihan Content Digital untuk Menjunjang Prospek Bisnis pada Era 4.0 di SMA Negeri Tanjung Sari Guna Meningkatkan keterampilan Peserta Didik untuk membuat konten digital yang menarik:

1. Berdasarkan hasil pelatihan dapat dilihat bahwa hampir semua peserta didik dapat membuat content digital yang menarik dengan menggunakan aplikasi canva.

2. Seluruh peserta didik dapat memahami pentingnya sebuah konten digital di era 4.0 saat ini agar dapat bersaing dengan kompetitor di usaha kecil dan menengah.

2.5 Metode Evaluasi

Dalam melakukan evaluasi kami membuat latihan untuk pengembangan content digital menggunakan aplikasi canva, memberi waktu untuk para siswa dan siswi untuk membuat design mereka masing-masing dengan tema bisnis digital, sebagian besar siswa dan siswi dapat dengan baik menggunakan aplikasi tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah kegiatan yang dilakukan pada tanggal 13 september 2024 di SMK Negeri Tanjung Sari

- 3.1 Pengenalan Tim PKM: tim PKM membuka kelas dan melakukan pengenalan kepada siswa-siswi SMK Negeri Tanjung Sari.



Gambar 1. Pengenalan Tim Kepada siswa dan Siswi SMK Negeri Tanjung Sari

- 3.2 Penyampaian Materi: kami melakukan presentasi untuk menyampaikan materi tentang content digital dan aplikasi canva.



Gambar 2. Materi tentang Konten Digital

- 3.3. Latihan Siswa membuat *Content Digital* menggunakan Canva

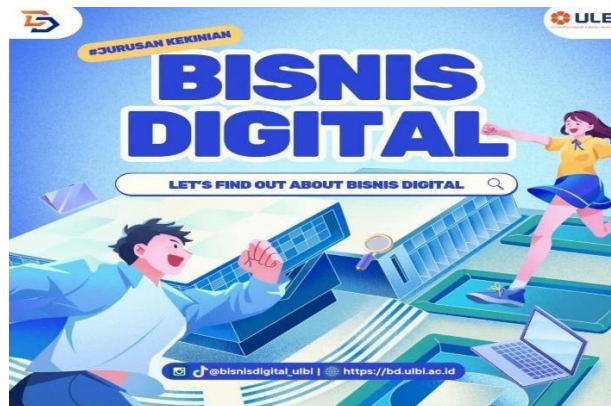
Siswa melakukan latihan pembuatan konten digital dengan menggunakan aplikasi canva yang bertujuan untuk melatih siswa dan siswi dalam membuat design dan menuangkan ide kreatif dalam membuat sebuah konten yang bertujuan untuk media promosi. [9][6]



Gambar 3. Hasil Pembuatan Konten Digital Menggunakan Canva



Gambar 4. Hasil Pembuatan Konten Digital Menggunakan Canva



Gambar 5. Hasil Pembuatan Konten Digital Menggunakan Canva

3.4 Analisis SWOT

SWOT berperan penting dalam sebuah analisis yang membantu organisasi atau individu mengevaluasi situasi secara menyeluruh dan strategis. Memetakan tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menjadikan suatu focus yang terarah bagi SMA Negeri Tanjung Sari dalam meningkatkan para pelaku bisnis di kalangan peserta didik agar dapat bersaing dengan baik didunia digital bisnis dengan memanfaatkan aplikasi yang memenuhi kebutuhan pembuatan konten digital yang bermanfaat sebagai media promosi di era 4.0 saat ini.[10]

Tabel 1. Analisis SWOT

Strengths	Opportunities
a) Relevansi Tinggi: Pelatihan ini sangat relevan dengan kebutuhan bisnis modern, mengingat pentingnya digitalisasi. b) Peningkatan Keterampilan: Memberikan peserta keterampilan praktis dalam pembuatan konten yang menarik dan efektif. c) Aksesibilitas: Pelatihan online memungkinkan peserta dari berbagai lokasi untuk ikut serta. d) Networking: Peserta dapat membangun jaringan dengan profesional lain dalam industri digital	a) Pertumbuhan Pasar Digital: Semakin banyak bisnis beralih ke platform digital, membuka peluang untuk pelatihan. b) Kemitraan Strategis: Kesempatan untuk bermitra dengan perusahaan teknologi dan media untuk pelatihan yang lebih terintegrasi. c) Inovasi Konten: Memanfaatkan tren baru seperti video marketing dan <i>story telling</i> untuk menarik lebih banyak peserta. d) Regulasi dan Dukungan Pemerintah: Program pemerintah untuk pengembangan SDM dapat mendukung pelatihan ini.
Weaknesses	Threats
a) Persaingan Tinggi: Banyak penyedia pelatihan sejenis, membuatnya sulit untuk menonjol. b) Keterbatasan Sumber Daya: Beberapa peserta mungkin memiliki keterbatasan dalam akses teknologi. c) Variabilitas Kualitas: Kualitas pengajaran bisa bervariasi tergantung pada instruktur dan platform.	a) Perubahan Teknologi yang Cepat: Keterampilan yang diajarkan bisa cepat usang jika tidak diperbarui secara berkala. b) Resesi Ekonomi: Ketidakpastian ekonomi dapat mengurangi anggaran bisnis untuk pelatihan. c) Tantangan Keamanan Siber: Ancaman dari serangan siber dapat mempengaruhi reputasi penyelenggara pelatihan. d) Perubahan Preferensi Konsumen: Evolusi kebutuhan pasar yang cepat dapat membuat beberapa konten pelatihan menjadi kurang relevan.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pelatihan digital konten ini adalah sebagai berikut :

- Meningkatkan keterampilan siswa untuk menghadapi tantangan dunia bisnis modern.
- Pelatihan ini membantu siswa memahami cara membuat, mengelola, dan mempromosikan konten secara efektif di platform digital.
- Dengan keterampilan menggunakan aplikasi canva dalam mendesign, siswa diharapkan dapat memiliki daya saing yang lebih tinggi di dunia kerja atau bahkan mampu memulai usaha mereka sendiri.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang ditujukan kepada Direktorat Riset Penelitian Inovasi Kewirausahaan dan Kemitraan (RPIKK) yang telah memberikan dana hibah untuk kegiatan pengabdian ini.

7. REFERENSI

- [1] D. A. Saraswati and C. Hastasari, "Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement," *Biokultur*, vol. 9, no. 2, p. 152, 2020, doi: 10.20473/bk.v9i2.22980.
- [2] C. Rohmiasih, C. Rohmiati, and S. Sartika, "Pemanfaatan Media Pembelajaran Canva Sebagai Upaya Mewujudkan Transformasi Pendidikan," *Pros. Semin. Nas.*, vol. 1, no. 1, pp. 69–73, 2023.
- [3] D. S. Puspitarini and R. Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi," *J. Common*, vol. 3, no. 1, pp. 71–80, 2019, doi: 10.34010/common.v3i1.1950.
- [4] S. Maulia, "Pemanfaatan Aplikasi Canva sebagai Media Pembelajaran di Era Digital," *Pros. Semin. Nas. Has. Penelitian, Pengabdian, dan Disem.*, vol. 5, no. 1, p. 86, 2023.
- [5] D. Yuliana, A. Baijuri, A. A. Suparto, S. Seituni, and S. Syukria, "Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Media Video Pembelajaran Kreatif, Inovatif, Dan Kolaboratif," *J. Pendidik. Teknol. Inf.*, vol. 6, no. 2, pp. 247–257, 2023, doi: 10.37792/jukanti.v6i2.1025.
- [6] Tri Wulandari and Adam Mudinillah, "Efektivitas Penggunaan Aplikasi CANVA sebagai Media Pembelajaran IPA MI/SD," *J. Ris. Madrasah Ibtidaiyah*, vol. 2, no. 1, pp. 102–118, 2022, doi: 10.32665/jurmia.v2i1.245.
- [7] K. J. Kamuri, "Analisis Peran Digital Content Marketing Bagi Wirausaha Milenial Di Kota Kupang Dalam Masa Pandemi Covid-19," *J. Manag. Small Mediu. Enterp.*, vol. 14, no. 2, pp. 225–238, 2021, doi: 10.35508/jom.v14i2.4784.
- [8] E. Octaviana, Z. Zahara, P. Ponirin, and F. Farid, "Peran Content Marketing Instagram Sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness Pada Usaha Springsop Plw," *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.*, vol. 8, no. 3, pp. 289–304, 2024, doi: 10.31955/mea.v8i3.4432.
- [9] E. P. Putri, F. Rachmawati, U. Pembangunan, N. Veteran, and J. Timur, "Digital Content Marketing untuk Membangun Brand pada Akun MCN PT Hoki Adi Karya," vol. 12, no. 2, pp. 59–64, 2023.
- [10] F. N. Miftahul Jannah, H. Nuroso, M. Mudzanatun, and E. Isnuryantono, "Penggunaan Aplikasi Canva dalam Media Pembelajaran Matematika di Sekolah Dasar," *J. Pendidik. Dasar*, vol. 11, no. 1, 2023, doi: 10.20961/jpd.v11i1.72716.