

Pelatihan Desain Grafis Canva sebagai Upaya Peningkatan Literasi Digital Siswa SMK Jurusan Bisnis dan Manajemen

Saskia Dwi Mardania¹, Tazkiyatul Wafirah², Siti Nur Hanisa³ Moh Abd Latib⁴
Universitas Trunodjoyo Madura

Email: 220631100054@student.trunojoyo.ac.id, 220631100068@student.trunojoyo.ac.id,
220631100097@student.trunojoyo.ac.id, 220631100122@student.trunojoyo.ac.id,

Abstrak

Pelatihan desain grafis berbasis Canva memberikan peluang untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan kreatif siswa pada jenjang SMK, khususnya di jurusan Bisnis dan Manajemen. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan Canva dalam meningkatkan pemahaman siswa mengenai konsep desain grafis serta kemampuan teknis dalam menghasilkan konten visual yang relevan dengan kebutuhan bisnis dan promosi. Metode yang digunakan mencakup pelatihan praktis (workshop), observasi partisipatif, serta analisis portofolio hasil karya siswa sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil menunjukkan bahwa setelah pelatihan, mayoritas siswa mampu menghasilkan poster, brosur, dan materi promosi digital dengan komposisi desain, warna, dan tata letak yang lebih baik, serta menunjukkan peningkatan rasa percaya diri dan kreativitas. Kesimpulannya, pelatihan Canva terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital siswa SMK jurusan Bisnis dan Manajemen, serta mendukung kompetensi vokasional mereka di era digital. Pelaksanaan pelatihan secara terstruktur dan berkelanjutan disarankan agar manfaat optimal dapat tercapai.

Kata kunci: Canva; desain grafis; literasi digital; SMK; Bisnis dan Manajemen

ABSTRACT

Graphic design training using Canva offers an opportunity to enhance digital literacy and creative skills of vocational high school (SMK) students, especially in the Business and Management track. This study aims to evaluate the effectiveness of Canva training in improving students' understanding of graphic design concepts and their technical ability to produce visually appealing content relevant for business and promotional needs. The methodology involves a practical workshop, participatory observation, and portfolio analysis of students' works before and after the training. The findings indicate that following the training, the majority of students were able to produce posters, flyers, and digital promotional materials with better design composition, color harmony, and layout, along with increased confidence and creativity. In conclusion, Canva training is proven effective in enhancing digital literacy among SMK Business and Management students and supports their vocational competencies in the digital era. It is recommended that such training be implemented in a structured and sustainable manner to achieve optimal benefits.

Keywords: Canva; graphic design; digital literacy; vocational high school; Business and Management



PENDAHULUAN

Dalam menghadapi era globalisasi dan revolusi industri 4.0, dunia pendidikan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia pendidikan. Pada masa perkembangan teknologi yang semakin pesat seperti saat ini, setiap individu dituntut memiliki kemampuan dalam memanfaatkan media digital secara efektif (Sabaruddin, 2022). Keterampilan tersebut mencakup kemampuan untuk mencari, menilai keakuratan, menciptakan, serta menyampaikan informasi melalui berbagai platform digital. Kemampuan ini dikenal dengan istilah literasi digital, yang berperan penting sebagai salah satu kompetensi dasar yang harus dikuasai dalam menghadapi tuntutan kehidupan di era modern. Keterampilan tersebut mencakup kemampuan untuk mencari, menilai keakuratan, menciptakan, serta menyampaikan informasi melalui berbagai platform digital. Kemampuan ini dikenal dengan istilah literasi digital, yang berperan penting sebagai salah satu kompetensi dasar yang harus dikuasai dalam menghadapi tuntutan kehidupan di era modern, terutama bagi siswa di jenjang Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang tidak hanya dituntut menguasai keterampilan teknis kejuruan, tetapi juga perlu memiliki kemampuan beradaptasi dan bersaing di dunia industri kreatif serta bisnis digital yang semakin dinamis.

Dalam konteks pendidikan kejuruan, literasi digital memegang peranan yang sangat strategis sebagai penunjang kesiapan siswa menghadapi dunia kerja berbasis teknologi. Hasil penelitian di salah satu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) menunjukkan bahwa kemampuan literasi digital siswa secara umum berada pada kategori *baik*. Namun demikian, masih terdapat aspek-aspek yang perlu ditingkatkan agar kompetensi tersebut selaras dengan kebutuhan dan dinamika industri yang terus mengalami perkembangan. (Rifai Z. D. & Khoeron Slamet, 2023). Selain itu, penguatan literasi digital di kalangan siswa SMK menjadi salah satu fokus utama dalam upaya menyiapkan mereka menghadapi dunia industri (Priambodo & Setiawan, 2022). Dengan demikian, pendidikan kejuruan perlu mengembangkan kegiatan yang aktif dan relevan untuk meningkatkan literasi digital siswa agar mereka tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu menciptakan konten digital, berkomunikasi secara efektif, dan bertindak secara etis dalam ruang digital.

Selain literasi digital, kemampuan kreasi konten visual juga menjadi kompetensi yang semakin krusial bagi siswa jurusan Bisnis dan Manajemen di

SMK. Dalam dunia bisnis dan manajemen, pemasaran digital, branding personal, promosi media sosial, dan konten visual menjadi bagian penting dari kompetensi yang dibutuhkan. Salah satu aplikasi yang muncul sebagai media praktis dan efektif untuk pengembangan keterampilan desain visual adalah Canva — sebuah platform desain grafis berbasis daring yang menyediakan berbagai template dan alat desain yang relatif mudah digunakan oleh pemula maupun tingkat lanjut. Beberapa studi menunjukkan bahwa penggunaan Canva dalam konteks pendidikan dapat meningkatkan kreativitas, interaktivitas, dan motivasi belajar peserta didik (Herawati et al., 2023). Misalnya, penelitian literatur menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pembelajaran berbasis teknologi digital dapat memotivasi, menginspirasi, dan membangun keterampilan siswa sesuai dengan kebutuhan masa depan (Rohmiasih et al., 2023). Dengan demikian, pelatihan desain grafis menggunakan Canva dapat dilihat sebagai salah satu strategi yang relevan untuk memperkuat literasi digital siswa sekaligus mengembangkan kreativitas dan keterampilan visual mereka.

Meskipun Canva sudah cukup populer di kalangan pelajar, hasil observasi awal selama kegiatan Asistensi Mengajar menunjukkan bahwa sebagian besar siswa SMK jurusan Bisnis dan Manajemen masih menggunakan aplikasi tersebut secara terbatas. Siswa cenderung hanya memanfaatkan template tanpa memahami prinsip dasar desain seperti tipografi, komposisi, dan warna. Selain itu, kemampuan siswa dalam membuat konten visual yang relevan dengan kebutuhan pemasaran bisnis dan manajemen masih tergolong rendah. Guru mata pelajaran terkait juga belum sepenuhnya memanfaatkan media digital sebagai pendukung pembelajaran desain grafis, sehingga diperlukan pelatihan yang lebih terarah dan aplikatif.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital siswa SMK jurusan Bisnis dan Manajemen melalui pelatihan desain grafis berbasis Canva. Melalui pelatihan ini, siswa diharapkan mampu memahami prinsip dasar desain visual, memanfaatkan fitur-fitur Canva secara efektif, serta menghasilkan konten grafis yang relevan dengan kebutuhan pembelajaran dan dunia industri. Selain itu, penelitian ini juga diarahkan untuk meningkatkan kreativitas siswa dalam memproduksi konten digital sehingga mereka memiliki kompetensi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tuntutan profesional di bidang bisnis dan manajemen.

Untuk mendukung tercapainya tujuan tersebut, pelatihan ini disusun dengan materi yang terstruktur dan berorientasi pada penguatan kompetensi siswa dalam bidang desain grafis. Setiap materi dirancang agar siswa dapat memahami

konsep secara bertahap, mulai dari pengenalan dasar hingga keterampilan teknis yang lebih aplikatif. Selain memberikan pemahaman mengenai prinsip desain visual, materi pelatihan juga menekankan kemampuan siswa dalam memanfaatkan fitur-fitur Canva untuk kebutuhan pembuatan konten digital yang relevan dengan bidang bisnis dan manajemen. Dengan penyusunan materi yang sistematis ini, pelatihan diharapkan mampu memberikan pengalaman belajar yang komprehensif, mendorong kreativitas, serta meningkatkan kemampuan siswa dalam menghasilkan desain yang komunikatif dan profesional.

Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa usia 15-19 tahun memiliki tingkat pengangguran yang paling tinggi, kemudian disusul usia 20-24 tahun yang memiliki tingkat pengangguran kedua tertinggi. Menurut Adi et al. (2018), tingginya angka ini disebabkan oleh lembaga pendidikan, baik sekolah maupun perguruan tinggi yang terus menghasilkan lulusan ahli madya dan sarjana. Namun, tidak semua lulusan dapat terserap oleh dunia kerja. Peningkatan jumlah pengangguran terdidik juga disebabkan oleh lulusan sekolah kejuruan yang tidak melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi, ditambah dengan ketatnya persaingan dalam seleksi pekerjaan, sehingga menambah daftar pengangguran yang ada (Apriadi et al., 2022). Namun, secara umum mayoritas pengangguran disebabkan oleh populasi yang besar, sementara lapangan pekerjaan yang tersedia masih terbatas (Suryadi, 2019).

Menurut Andriany (2013), pengangguran yang terjadi di kalangan pemuda dapat diatasi melalui program kewirausahaan bagi pemuda. Apalagi kemajuan teknologi yang terjadi di era 5.0 memiliki dampak besar bagi para pebisnis dalam memasarkan produknya. Teknologi saat ini memfasilitasi digital marketer dalam memahami audiens sebagai target dan mengubah mereka menjadi pelanggan potensial. Melalui kecanggihan teknologi online saat ini, pemasaran bisnis tidak akan lagi terhalang oleh jarak dan waktu, dimanapun dan kapanpun. Selain itu, pemasaran produk dapat mudah dilakukan secara efektif hingga terjadi transaksi jual beli.

Meskipun demikian, tidak sedikit lulusan berminat membuka usaha, dan salah satu hambatan nya adalah kebutuhan modal yang besar untuk memulainya (Meifa & Sanjaya, 2022). Selain itu, terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi kendala, bahkan yang mungkin terlihat sederhana sekalipun dalam startegi digital marketing untuk memulai sebuah usaha, yaitu: 1) Hambatan yang sering dialami oleh banyak orang adalah kebingungan mengenai langkah awal yang harus diambil

dalam memulai strategi pemasaran digital. Ini dapat disebabkan oleh kebingungan dalam memilih *platform* yang sesuai atau kurangnya pemahaman tentang digital marketing secara keseluruhan; 2) Kesulitan dalam menentukan fokus pasar dengan strategi tertentu adalah salah satu tantangan yang sering dihadapi, di mana orang tidak yakin di mana harus memusatkan pasar yang menjadi perhatian mereka dalam strategi pemasaran; 3) Konten yang tidak relevan, yaitu materi yang tidak memenuhi kebutuhan audiens target; dan 4) Ketidakkonsistenan dalam pelaksanaan strategi pemasaran merupakan kendala yang perlu mendapat perhatian.

Berbicara tentang kewirausahaan, Kirzner (1979) mendefinisikan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk mengenali dan bertindak terhadap setiap peluang pasar. Definisi lebih dalam diungkapkan oleh *Entrepreneurship Center at Miami University of Ohio* bahwa kewirausahaan merupakan proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi ini dapat berupa ide inovatif, peluang, atau cara yang lebih baik untuk melaksanakan suatu hal.

Adapun manfaat banyaknya keberagaman wirausaha dalam suatu negara menurut Fauziyah (2023) meliputi: 1) Meningkatkan inovatif dan kreativitas; 2) Memberdayakan ekonomi lokal; 3) Mengurangi pengangguran dan menciptakan lapangan kerja; 4) Meningkatkan daya saing global; dan 5) Mengembangkan sumber daya manusia.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suryadi (2019) mengungkapkan bahwa berwirausaha menjadi solusi terbaik dalam mengatasi besarnya jumlah pengangguran, karena dalam berwirausaha tidak diperlukan pendidikan yang tinggi melainkan keterampilan dalam menjalankan aktivitas usaha.

Saat ini, peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Unit Berbasis Pesantren (UBP) Nurul Islam Mojokerto sedang memasuki usia produktif. Mereka harus dipersiapkan untuk menghadapi peluang dan tantangan berwirausaha di masa yang akan datang. Santri tidak hanya identik dengan praktik ibadah (kaum sarungan), melainkan sanggup masuk dan menjadi pelopor di dunia kewirausahaan.

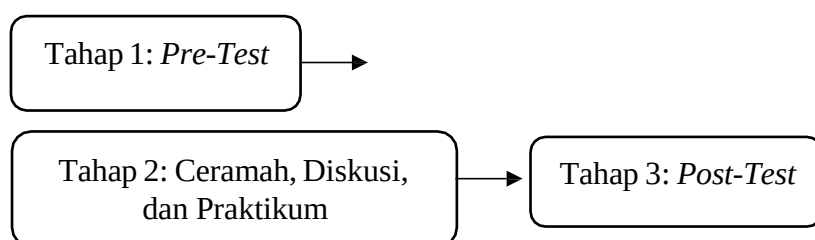
Hal ini dibuktikan dengan adanya SMK UBP Nurul Islam yang membuka dua jurusan utama, yakni Multimedia (MM) serta Desain Pemodelan dan Informasi Bangunan (DPIB). Kedua jurusan ini sangat memiliki potensi untuk berkembang pesat terutama di era digital saat ini.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan mengadakan pelatihan desain grafis dengan tema "pelatihan dasar dasar desain grafis dalam konsep pematangan siswa di dalam dunia di gital". Peserta kegiatan ini adalah peserta didik kelas 10 SMKS Al-Hikam. Mereka merupakan peserta didik yang mengambil jurusan Manajemen & Bisnis di SMKS Al Hikam. Kegiatan ini terdiri dari 3 (tiga) tahap, yakni tahap awal dilakukan *pre-test* melalui pengisian lembar kuisisioner, diikuti oleh tahap kedua yang melibatkan metode ceramah, diskusi, dan praktikum, kemudian diakhiri dengan *post-test*.

Materi yang disampaikan dalam kegiatan ini yaitu pelatihan desain grafis disertai dengan praktikum secara komprehensif. Materi tersebut disampaikan menggunakan presentasi *PowerPoint* yang diproyeksikan ke layar putih dengan menggunakan proyektor. Selain itu, peserta menggunakan komputer untuk praktik melakukan desain di canva dengan bimbingan pemateri, yang kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi.

Untuk terlihat lebih jelas, tahapan pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Kegiatan

Kegiatan workshop entrepreneur dilaksanakan pada hari Jum'at, 21 di Aula Pondok Pesantren Nurul Islam 1. Tema utama kegiatan workshop entrepreneur adalah *Bedah Pasar Digital Dunia* dengan tagline "Kerja Sarungan, Gaji Dollaran". Peserta dalam kegiatan ini diikuti oleh peserta didik kelas 10 yang mengambil jurusan multimedia dan arsitek di SMKS AL-HIKAM sebanyak 25 peserta didik, yakni 10 laki-laki dan 15 perempuan.

Kegiatan ini dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Kesiswaan, Wakil Kepala Kurikulum, Penjamin Mutu SMK, dan Wali Kelas 10 SMKS AL-HIKAM untuk mendampingi peserta didiknya dalam kegiatan tersebut. Selain itu, ikut hadir sebagai perwakilan dosen dalam kegiatan ini, yaitu kegiatan asemen

Kegiatan ini dimulai pada jam 07.00 WIB hingga selesai, yakni diawali persiapan dan pengkondisian peserta workshop, kemudian dilakukan pembukaan yang dipandu oleh pembawa acara.

Setelah selesai dilaksanakan pembukaan, dimulailah acara workshop entrepreneurship yang diisi oleh 1 pemateri dari pihak guru di SMK AL HIKAM tahapan acara, yaitu:



Pemateri dan Peserta *Workshop Entrepreneurship*

Gambar 2. Foto Pembukaan *Workshop Entrepreneurship*

Penilaian Awal (*Pre-Test*)

Seperti namanya, Penilaian Awal (*Pre-Test*) merupakan evaluasi yang dilakukan sebelum *workshop* dimulai. Tes ini bertujuan untuk mengukur tingkat pengetahuan awal peserta didik tentang materi yang akan dipelajari.

Pre-test dilakukan kepada seluruh peserta didik yang hadir pada kegiatan

workshop dengan mengisi kuisioner yang telah disediakan. Pengisian kuisioner ini dilakukan sebelum diberikan pembekalan materi dan praktikum. Adapun hasil rekapitulasi jawaban responden atas kuisioner tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Rekapitulasi Jawaban Kuisioner *Pre-Test*

No	Pertanyaan Persentase	Respon	Jumlah	
1.	Apakah Anda pernah mengikuti seminar kewirausahaan?	Ya, Pernah	8	7%
		Belum Pernah	110	93%
2.	Apakah Anda memahami mekanisme transaksi jual-online?	Ya, Paham	95	81%
		Belum Paham	23	19%
3.	Apakah menurut Anda terdapat mata pelajaran bisa diaplikasikan untuk transaksi jual-beli online?	Ya, Ada	91	77%
		Belum Ada	27	23%
4.	Apa rencana Anda setelah menyelesaikan	Melanjutkan Pendidikan	90	76%
		Bekerja Dengan Orang Lain	7	5%
		Belum Memiliki Rencana	4	3%
		Berwirausaha	17	14%
5.	Apakah Anda berminat berwirausaha?	Ya, Saya Berminat	66	56%
		Tidak Berminat	52	44%

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban kuesioner di atas, menunjukkan bahwa 93% peserta didik kelas 10 SMKS Al Hikam belum pernah mengikuti seminar kewirausahaan, dan hanya sedikit yang pernah mengikutinya yakni 7% dari total peserta didik. Kemudian 81% dari mereka memahami mekanisme transaksi jual-beli online. Hal ini menunjukkan bahwa tidaklah sulit di era teknologi yang canggih ini dalam memahami bahkan melakukan transaksi jual-beli secara online.

Selanjutnya, sebesar 77% mereka setuju bahwa belum terdapat mata pelajaran yang memberikan bekal untuk diaplikasikan dalam transaksi jual-beli online, baik itu sebagai penjual (produsen) maupun sebagai pembeli (konsumen).

Pada item tentang rencana setelah menyelesaikan pendidikan di SMKS Al Hikam menunjukkan bahwa rencana melanjutkan pendidikan memiliki jumlah terbanyak yaitu 76% dan hanya 14% bagi mereka yang ingin berwirausaha. Sebanyak 5% mereka berencana untuk bekerja secara profesional di perusahaan

dan sejenisnya, serta 3% belum memiliki rencana setelah lulus. Adapun mereka yang memiliki minat berwirausaha jumlahnya lebih besar yaitu 56%, dibanding mereka yang tidak berminat untuk berwirausaha yakni 44%.

Ceramah dan Diskusi

Setelah dilakukan pra-penilaian (*pre-test*) melalui pengisian kuisioner, tahap selanjutnya adalah ceramah dan diskusi. Tahap ini dilakukan oleh 1 (tiga) pemateri untuk memberikan pembekalan, antara lain:

Pembekalan 1: Marketing Bisnis 5.0

Pembekalan pertama yang disampaikan adalah tentang bagaimana dan alat apa yang dibutuhkan dalam marketing 5.0. dalam menjalankan suatu usaha. Instrumen yang digunakan oleh pemateri dalam pembekalan ini menggunakan LCD dan Proyektor untuk menampilkan materi kepada peserta didik. Pembekalan ini meliputi pembahasan tentang sejarah munculnya istilah marketing bisnis 1.0 – 5.0 dan intrumen yang digunakan dalam marketing 5.0.

Sebelum pada inti strategi marketing 5.0, pemateri terlebih dahulu menyampaikan sejarah munculnya istilah marketing 1.0 hingga 5.0. Hal ini untuk memberikan pemahaman istilah-istilah penting kepada peserta *workshop* terkait pengertian dan konsep dasar marketing. Untuk memudahkan peserta dalam memahami materi tersebut, pemateri juga memberikan contoh-contoh konkrit yang terjadi dalam strategi marketing 1.0 hingga 5.0. Selain itu, pemateri juga mengklasifikasikan sebuah istilah bahwa marketing 1.0 hingga 3.0 adalah *traditional marketing*, sedangkan marketing 4.0 dan 5.0 adalah *digital marketing*.

Pada tahap pengenalan konsep dasar marketing, pemateri memberikan kesimpulan kepada peserta bahwa, alat yang digunakan untuk strategi marketing 1.0 hingga 3.0 adalah *advertising*, sedangkan alat yang digunakan dalam strategi marketing 4.0 dan 5.0 adalah *content marketing*. Kesimpulan ini disampaikan untuk memancing peserta memasuki materi inti, yaitu memahami *content marketing* dan *e-commerce* sebagai perangkat dalam strategi marketing bisnis 5.0.

Pengenalan *content marketing* dan *e-commerce* disampaikan oleh pemateri secara detail, dan disertai penjelasan tentang cara penggunaannya dengan efektif dan efisien. Dalam ceramahnya, pemateri menyampaikan 2 (dua) *tools* yang sering digunakan untuk sebuah *content marketing*, yaitu *search*

engine dan *social media*. Kemudian pemateri menyampaikan fungsi dan tujuan *e-commerce* kepada peserta agar dapat memahami cara penggunaannya secara efektif dan efisien. Pemateri juga mengenalkan contoh-contoh *e-commerce* baik dilingkup nasional, maupun internasional sesuai dengan tema *workshop*, yaitu pasar digital dunia.

Pada akhir ceramahnya, pemateri memberikan pesan dan motivasi kepada peserta *workshop* agar selalu meningkatkan diri pada skill dunia digital, serta berani mencoba untuk berwirausaha. Hal ini untuk meningkatkan minat peserta terjun dalam dunia wirausaha.



Gambar 3. Kegiatan Pembekalan Marketing Bisnis 5.0

Pembekalan 2: Peran Strategis Kemampuan Bahasa Inggris Dalam Karir Freelancer.

Pada sesi kedua acara *workshop* tersebut, dipaparkan betapa krusialnya kemampuan berbahasa Inggris dalam menjalani karier sebagai *freelancer* di era global saat ini. Dalam acara yang digelar dengan memanfaatkan LCD dan proyektor, para peserta diajak untuk memahami peran bahasa Inggris sebagai alat utama dalam meraih kesuksesan di dunia kerja yang semakin terhubung.

Pemateri kedua, yang merupakan pakar dalam industri penerjemahan *freelance*, menyoroti dampak positif globalisasi yang memungkinkan individu untuk bekerja sebagai *freelancer* tanpa batas geografis. Menurutnya, globalisasi tidak hanya membuka peluang besar bagi mereka yang mencari kebebasan kerja dan fleksibilitas, tetapi juga memperkenalkan tantangan baru yang harus diatasi, khususnya dalam menghadapi persaingan global yang semakin ketat.

Salah satu poin sentral dalam diskusi adalah betapa pentingnya

kemampuan berkomunikasi dalam bahasa Inggris bagi keberhasilan seorang *freelancer*. Bahasa ini tidak hanya menjadi sarana komunikasi utama dalam konteks bisnis global, tetapi juga kunci dalam membangun hubungan profesional yang solid dengan klien dan mitra internasional. Pemateri menegaskan bahwa kemampuan berbahasa Inggris menjadi jembatan untuk mengakses proyek-proyek besar dan pasar yang beragam, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan reputasi profesional.

Pemateri juga mengilustrasikan bagaimana kemampuan bahasa Inggris memungkinkan seorang *freelancer* untuk efektif berinteraksi dengan klien internasional, mengungkapkan ide, merencanakan proyek, dan menyampaikan hasil pekerjaan dengan jelas. Sebagai contoh, seorang desainer grafis dari Indonesia mampu dengan lancar berkomunikasi dengan klien dari Amerika Serikat, mengatasi perbedaan budaya dan waktu dengan baik.

Workshop juga menyoroti peran penting bahasa Inggris dalam proses negosiasi dan penawaran. Pemateri mengungkapkan bahwa kemampuan menggunakan bahasa ini dengan efektif bisa membuat perbedaan besar dalam mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan dengan klien. Dalam konteks ini, kemampuan untuk mengartikulasikan nilai tambah dari layanan *freelancer* dengan jelas dan meyakinkan menjadi kunci, serta merespons kritik atau pertanyaan dengan profesionalisme untuk mempertahankan hubungan yang positif dengan klien.

Selain itu, bahasa Inggris juga menjadi kendaraan penting bagi pembelajaran berkelanjutan bagi *freelancer* di era global yang kompetitif. Dengan menguasai bahasa ini, *freelancer* dapat mengakses berbagai sumber daya pendidikan seperti kursus online, artikel, dan tutorial dalam bahasa Inggris, yang membantu mereka terus mengembangkan keterampilan teknis dan profesional.

Meskipun tantangan dalam memperbaiki kemampuan bahasa Inggris tidak dapat dihindari, workshop tersebut menekankan adanya strategi praktis untuk mengatasi hal ini. Oleh sebab itu, pemateri menyarankan bahwa integrasi bahasa Inggris ke dalam rutinitas sehari-hari dan partisipasi aktif dalam komunitas *online* berbahasa Inggris adalah langkah awal yang bisa diambil *freelancer*. Selain itu, memanfaatkan teknologi pembelajaran bahasa Inggris juga menjadi solusi efektif.

Dengan mengambil langkah-langkah ini, *freelancer* dipastikan dapat secara bertahap meningkatkan kemampuan bahasa Inggris mereka. Oleh sebab itu, pemateri menegaskan bahwa hal ini bukan hanya akan meningkatkan daya

saing di pasar global yang terkoneksi, tetapi juga membuka lebih banyak peluang untuk kesuksesan dalam karir *freelancing* mereka.

Di akhir sesi kedua, pemateri menyimpulkan bahwa bahasa Inggris bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga kunci untuk membuka pintu peluang baru di dunia *freelancing* yang kompetitif dan global saat ini.



Gambar 4. Kegiatan Pembekalan Peran Strategis Kemampuan Bahasa Inggris Dalam Karir *Freelancer*

Pembekalan 3: Bedah Pasar Digital Dunia.

Pemateri pertama memberikan pengantar era marketing bisnis era 1.0 hingga sekarang di era 5.0. Peserta telah mendapat pengetahuan dasar terkait strategi marketing di setiap era. Pada materi kedua, peserta telah diarahkan masuk ke dalam era persaingan global, bukan hanya lintas kota, melainkan lintas negara. Mereka telah diperkenalkan dengan istilah *freelancer*, yang sering diistilahkan sebagai pekerja lepas. Pekerja lepas yang dimaksud merupakan orang yang menawarkan berbagai macam jasa pada klien di luar negeri. Pentingnya bahasa Internasional (Bahasa Inggris) diulas secara mendalam pada materi kedua ini.

Pada materi ketiga, peserta diajak untuk membedah secara lebih mendetail tema yang telah diusung, "Bedah Pasar Digital Dunia: Kerja Sarungan Gaji Dollaran". Pemateri memberikan stimulus yang luar biasa, dengan memberikan statemen yang membuat peserta workshop tertarik, "100 juta pertama hanya dari menggambar". Pemateri ketiga yang memiliki latar belakang seorang *freelancer* desain, yang juga merupakan owner dari *rin_desain studio* semakin memperkuat rasa penasaran dan minat peserta untuk terus menyimak apa yang disampaikan. Pemateri memberikan keyakinan kuat bahwa mendapatkan 100 juta dari menggambar bukanlah hal yang mustahil.

Pemateri menyampaikan bahwa kata kunci untuk mencapai semua itu adalah *niche* (pasar khusus). Di sini strategi *niche* dipilah menjadi 3 jenis, yakni geografis, skill, dan kategori. Pada pembahasan *niche* secara geografis, pemateri mengajak

peserta untuk menembus sekat-sekat batas yang selama ini dianggap sebagai keterbatasan. Pemateri menekankan bahwa di generasi sekarang ini, dunia terhubung erat tanpa sekat. Batas teritorial sosial secara geografis sudah tidak nampak, dikarenakan teknologi komunikasi dan informasi dapat diakses dengan sangat mudah oleh siapapun.

Berbisnis di lingkup lokal sudah lagi tidak relevan dengan zaman yang sedang dan akan dijadi oleh peserta workshop. Persaingan bisnis digital di lingkup Kabupaten, bahkan lingkup negara Indonesia sudah dipandang tidak menguntungkan lagi. Banyaknya pesaing di dunia bisnis digital Indonesia, menyebabkan harga produk digital di pasar bisnis Indonesia terhitung murah. Pemateri meyakinkan peserta untuk optimis membidik pasar global dunia internasional. Keuntungan utamanya adalah saat ini masih minim pesaing, serta perbedaan kurs mata uang yang besar. Pemateri memberikan sejumlah argumen bahwa perbedaan kurs mata uang dollar dengan rupiah menjadi alasan utama mengapa yang dibidik harus pasar digital dunia. Disitulah kemudian pemateri menanamkan tagline "Kerja Sarungan, Gaji Dollaran".

Niche yang kedua (skill), disampaikan oleh pemateri dengan mengkaji sebaran mata pelajaran yang diajarkan di SMKS Al Hikam kelas X hingga kelas XII nanti. Beberapa mata pelajaran yang terkait dengan bisnis digital disampaikan oleh pemateri, antara lain materi desain grafis, animasi, fotografi, bahasa pemrograman, serta arsitektur. Pemateri memberikan pandangan terkait luasnya prospek kerja yang bisa dipilih peserta saat lulus dari SMKS Al Hikam kelak.

Pada niche yang terakhir (kategori), pemateri menekankan bahwa peserta nantinya harus menguasai skill yang lebih spesifik. Jika itu terkait desain grafis, peserta disarankan untuk bisa menawarkan ke pasar jasa yang lebih khusus, misalnya desain logo, desain banner, komik, karikatur, ilustrasi, dan lain sebagainya. Pemateri membedah satu persatu skill khusus yang bisa digunakan sebagai alternatif peserta workshop.

Setelah pembahasan terkait niche rampung, pemateri mengajak peserta untuk mempelajari salah satu e-commerce berbasis servis (jasa) yakni Fiverr. Pemateri membuka beberapa contoh jasa yang ditawarkan di situs Fiverr—gambaran terkait jenis jasa, format judul, serta kisaran harga jual yang ditawarkan di situs tersebut. Peserta terlihat sangat antusias dan termotivasi melihat seberapa prospek dan menjanjikan skill yang mereka miliki ketika lulus.

Begitulah rangkaian materi *Bedah Pasar Digital Dunia: Kerja Sarungan Gaji Dollaran* telah tuntas disampaikan. Pemateri mencukupkan penyampaian dan mengarahkan pada kegiatan selanjutnya, yakni workshop pembuatan akun profil di situs Fiverr.com.

Praktikum



Gambar 5. Kegiatan Pembekalan Bedah Pasar Digital Dunia

Beberapa hari sebelum agenda *workshop* diselenggarakan, calon peserta sudah diminta menyiapkan karya terbaik mereka untuk dibawa dan digunakan sebagai portofolio desain. Setiap anak membawa karya terbaik mereka yang nantinya akan digunakan. Sejumlah 25. Siswa

Pemateri memberikan arahan pada peserta *workshop* tahap demi tahap untuk membuat akun. Proses pembuatan akun dimulai dengan menggunakan email aktif salah satu anggota kelompok serta membuat username toko yang mereka buat. Setelah memastikan setiap kelompok memiliki akun *fiverr*, pemateri selanjutnya memberi gambaran terkait jasa yang akan mereka jual di akun tersebut.

Akun www.fiverr.com/rin_desain milik pemateri dijadikan contoh utama dalam membuat produk jasa yang ditawarkan. Pemateri membuka contoh tahapan pemesanan dilakukan, mulai dari diskusi penawaran hingga sampai penyelesaian pesanan. Proses bagaimana hasil penjualan dari *fiverr* hingga sampai masuk ke rekening bank lokal juga disampaikan dengan detail.

Tahap selanjutnya pemateri memandu peserta untuk membuat produk (*gig*) pada akun *fiverr* mereka. Dimulai dari membuat judul, menetapkan kategori dan subkategori, mengoptimalkan *seo* dengan *tag*, upload portofolio, membuat deskripsi produk, menetapkan variasi harga, hingga mempublikasikan *gig* yang telah mereka buat ke media sosial.

Setiap kelompok telah sukses memasarkan jasa di pasar digital dunia (dalam hal ini *fiverr*). Uji coba awal ini hanyalah latihan sehingga mereka paham alur yang akan mereka lalui ketika memutuskan untuk masuk dalam persaingan bisnis digital dunia. Ada banyak situs *freelancer* yang bisa dicoba oleh peserta, dan setiap situs punya aturan main masing-masing. Dibutuhkan kegigihan,

kesabaran, ketepatan, kecermatan, serta karakter-karakter lain yang menunjang kesuksesan mereka dalam dunia bisnis digital ini.



Gambar 6. Kegiatan Praktikum Pembuatan Produk Digital

Penilaian Akhir (*Post-Test*)

Setelah dilaksanakan diskusi, ceramah, dan praktikum, tahap selanjutnya adalah pasca penilaian (*post-test*) melalui pengisian kuisioner yang diberikan kepada peserta *workshop*. Pengisian kuisioner ini bertujuan untuk melihat perubahan motivasi belajar berwirausaha yang terjadi pada peserta didik kelas 10 SMK UBP Nurul Islam Mojokerto setelah dilakukan *workshop entrepreneur*. Adapun hasil jawaban responden dalam pengisian kuisioner *post-test* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner *Post-Test*

NO	PERTANYAAN	RESPON	JUMLAH	PERSENTASE
1.	Apakah menurut Anda terdapat mata pelajaran yang bisa diaplikasikan untuk transaksi jual-beli online?	Ya, Ada	116	98%
		Belum Ada	2	2%
2.	Apa rencana Anda setelah menyelesaikan pendidikan?	Melanjutkan Pendidikan	88	75%
		Bekerja Dengan Orang Lain	3	2%
		Belum Memiliki Rencana	0	0%
		Berwirausaha	27	23%
3.	Apakah Anda berminat berwirausaha?	Ya, Saya Berminat	109	92%
		Tidak Berminat	9	8%

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024.

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban kuesioner di atas menunjukkan bahwa, terdapat perubahan-perubahan yang terjadi pada motivasi belajar berwirausaha bagi peserta didik Kelas 10 SMKS Al Hikam Tahun Ajaran 2023/2024 setelah dilaksanakan workshop entrepreneur. Terdapat 98% peserta didik menyatakan setuju atas adanya materi pembelajaran yang bisa diaplikasikan untuk transaksi jual-beli secara online, yang mana sebelumnya hanya 77% dari mereka yang memilih ada. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan sebesar 21% bahwa peserta didik menyadari terkait adanya pembelajaran yang dapat diaplikasikan dalam jual-beli secara online setelah dilakukan workshop entrepreneur.

Selanjutnya, pada item pernyataan terkait rencana setelah mereka menyelesaikan pendidikan di SMKS Al Hikam memiliki hasil yang berbeda-beda, yaitu:

1. Terjadi penurunan sebesar 1% pada pilihan untuk melanjutkan pendidikan, dimana hasil pre-test sebesar 76% menjadi 75% pada post-test.
2. Terdapat penurunan sebesar 4% pada pilihan bekerja dengan orang lain, di mana hasil pre-test adalah 6% berubah menjadi 2% pada post-test.
3. Terdapat penurunan sebesar 3% pada pilihan belum memiliki rencana, di mana hasil pre-test adalah 3% berubah menjadi 0% pada post-test.
4. Terjadi peningkatan pada pilihan untuk berwirausaha sebesar 9%, di mana hasil pre-test adalah 14% berubah menjadi 23% pada post-test.

Adapun terkait minat berwirausaha menunjukkan perubahan yang signifikan, yaitu terjadi peningkatan minat peserta didik sebesar 36%, di mana hasil pre-test adalah 56% berubah menjadi 92% yang berminat berwirausaha setelah dilaksanakan workshop entrepreneur.

Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa, pilihan untuk melanjutkan pendidikan dan minat berwirausaha adalah pilihan mayoritas bagi peserta didik. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa mereka menginginkan melanjutkan pendidikan sekaligus disertai dengan keinginan tinggi untuk berwirausaha sebagai aktivitas pendukung dalam kehidupan mereka. Selain itu, hal menarik dari hasil di atas menunjukkan bahwa peserta didik yang sebelumnya terdapat beberapa yang belum memiliki rencana, namun setelah dilakukan workshop entrepreneur menunjukkan semua memiliki rencana yang perlu dipersiapkan setelah menyelesaikan pendidikan di SMKS Al Hikam.

KESIMPULAN

Pelatihan menggunakan Canva terbukti efektif untuk meningkatkan literasi digital dan kreativitas siswa SMK. Studi-studi di berbagai SMK menunjukkan bahwa setelah pelatihan siswa mengalami peningkatan pemahaman konsep desain dan kemampuan teknis dalam membuat konten visual. Aktivitas pelatihan memberikan manfaat praktis: siswa menjadi mampu menghasilkan poster, poster edukatif, materi promosi, maupun konten visual yang komunikatif — hal ini sangat relevan terutama bagi siswa jurusan bisnis/manajemen yang kemungkinan akan berkecimpung di pemasaran, promosi, atau bisnis digital. Pelatihan membantu menjembatani kesenjangan antara pendidikan teoretis dan keterampilan praktis. Banyak siswa awalnya memiliki pemahaman desain yang rendah; pelatihan berbasis praktik (tutorial + proyek nyata) mengubah hal ini menjadi kemampuan konkret. Literasi digital dan desain grafis bukan hanya “nilai tambah” — melainkan keterampilan penting untuk adaptasi di era digital, mendukung kompetensi abad ke-21, dan mempersiapkan siswa SMK agar siap menghadapi dunia kerja atau usaha di bidang kreatif maupun bisnis. Walaupun sebagian besar hasil menunjukkan keberhasilan, pelatihan perlu dilakukan secara sistematis dan terintegrasi — misalnya, diulang secara berkala, dimasukkan sebagai bagian dari kurikulum, dan diimbangi dengan akses perangkat/teknologi agar semua siswa mendapat kesempatan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A., Budi, T., & Cahyono, S. (2018). Analisis Tingkat Pengangguran Lulusan Pendidikan Tinggi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 10(2), 123-135.
- Andriany, N. (2013). Program Kewirausahaan sebagai Solusi Mengatasi Pengangguran Pemuda. *Jurnal Pengembangan Sumber Daya Manusia*, 5(1), 45-53.
- Apriadi, R., Dewi, S., & Hadi, M. (2022). Faktor Penyebab Tingginya Pengangguran Pada Lulusan Sekolah Kejuruan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ekonomi*, 8(3), 210-220.
- Fauziyah, L. (2023). Manfaat Keberagaman Wirausaha dalam Meningkatkan Daya Saing Nasional. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 12(1), 30-40.
- Herawati, D., Indriani, R., & Santoso, E. (2023). Pemanfaatan Canva dalam Meningkatkan Kreativitas dan Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Teknologi*

- Pendidikan, 15(1), 77-85.
- Kirzner, I. M. (1979). *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Meifa, A., & Sanjaya, R. (2022). Hambatan Modal dalam Memulai Usaha Mahasiswa. *Jurnal Wirausaha dan Bisnis*, 9(2), 101-110.
- Priambodo, B., & Setiawan, A. (2022). Penguatan Literasi Digital Siswa SMK dalam Menghadapi Dunia Industri. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 7(2), 45-53.
- Rifai, Z. D., & Khoeron Slamet. (2023). Tingkat Literasi Digital Siswa Sekolah Menengah Kejuruan: Studi Kasus di Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 14(1), 88-97.
- Rohmiasih, W., Hartanto, Y., & Supriyanto, D. (2023). Penggunaan Aplikasi Canva sebagai Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Digital. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 10(1), 65-74.
- Sabaruddin. (2022). Literasi Digital sebagai Kompetensi Dasar di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Teknologi Informasi*, 13(1), 50-59.
- Suryadi, A. (2019). Wirausaha sebagai Solusi Pengangguran Terdidik di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 6(3), 150-158.