

Peningkatan Kapasitas Digital PT Satria Tama Energi melalui Pelatihan Katalog Digital Berbasis Canva dan Heyzine

Prasetyo Yuliantoro¹, Muhammad Panji Kusuma Praja², Melinda BR. Ginting³

¹²³Univertas Telkom

prasetyoy@telkomuniversity.ac.id¹

ABSTRACT

This community service program aims to enhance the digital capacity of PT Satria Tama Energi, a renewable energy company specializing in solar power systems, through training on interactive digital catalog development using Canva and Heyzine. Despite producing various renewable energy products, the partner faced limitations in product documentation and promotion due to the absence of an official digital catalog. The program was implemented over three months using a hybrid approach, consisting of three on-site meetings (introduction, hands-on training, and evaluation) complemented by online monitoring and feedback. Eleven participants, consisting of company executives, employees, and interns, were involved to ensure managerial support and sustainability. The training covered digital design principles, content structuring, catalog layout development, and interactive publication. The main output of this program is an official interactive digital catalog that can be accessed online and used as a professional promotional medium. In addition, the program improved participants' skills in independently updating and managing digital catalogs. This activity supports Sustainable Development Goals (SDGs), particularly SDG 8 on decent work and economic growth and SDG 9 on industry, innovation, and infrastructure. Overall, the program successfully strengthened the partner's promotional capacity and digital competitiveness.

Keywords: *digital catalog, Canva, Heyzine, community service, renewable energy*

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital PT Satria Tama Energi, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang energi terbarukan, melalui pelatihan pembuatan katalog digital interaktif berbasis Canva dan Heyzine. Mitra telah menghasilkan berbagai produk teknologi tenaga surya, namun belum memiliki katalog digital resmi sehingga proses promosi dan dokumentasi produk belum optimal. Kegiatan dilaksanakan selama tiga bulan dengan metode hybrid yang menggabungkan tiga kali pertemuan tatap muka (pengenalan, pelatihan, dan evaluasi) serta monitoring daring. Sebanyak sebelas peserta yang terdiri dari direksi, pegawai, dan mahasiswa magang terlibat dalam kegiatan ini untuk menjamin keberlanjutan implementasi. Materi pelatihan meliputi prinsip desain katalog digital, penyusunan konten produk, pengembangan layout visual, serta publikasi katalog dalam bentuk flipbook interaktif. Luaran utama kegiatan ini adalah katalog digital interaktif resmi yang dapat diakses secara daring dan dimanfaatkan sebagai media promosi profesional perusahaan. Selain itu, kegiatan ini meningkatkan keterampilan peserta dalam mengelola dan memperbarui katalog secara mandiri. Program ini sejalan dengan SDGs, khususnya SDG 8 dan SDG 9, serta berkontribusi pada penguatan daya saing mitra di era digital.

Kata kunci: katalog digital, Canva, Heyzine, pengabdian masyarakat, energi terbarukan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan signifikan dalam strategi promosi dan dokumentasi produk pada berbagai sektor industri, termasuk sektor energi terbarukan. Perusahaan dituntut tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga mampu menyajikan informasi produk secara profesional, sistematis, dan mudah diakses oleh calon konsumen. Transformasi digital dipandang sebagai pengungkit daya saing karena memperpendek rantai informasi produsen–konsumen dan meningkatkan efisiensi komunikasi pemasaran. Dalam konteks promosi, kanal digital dan konten visual yang terstruktur berperan penting untuk membangun kesadaran merek, memperluas jangkauan audiens, serta memperkuat persepsi profesionalitas organisasi (Nurjanah, 2025; Yulistiawan et al., 2024) (Saepuloh et al., 2024).

Salah satu media yang semakin relevan adalah katalog digital. Katalog digital berfungsi sebagai representasi portofolio sekaligus sarana komunikasi pemasaran berbasis visual, khususnya ketika calon buyer memerlukan gambaran cepat dan komprehensif mengenai variasi produk, spesifikasi, serta keunggulan layanan. Katalog digital interaktif juga memungkinkan penyajian informasi yang lebih menarik melalui integrasi teks, gambar, dan navigasi yang mudah diakses lintas perangkat. Karena itu, pengembangan katalog digital menjadi langkah strategis untuk memperkuat kesiapan promosi, baik melalui media sosial, kanal pesan instan, maupun situs web Perusahaan (Anugerah et al., 2024; Azizah et al., 2025; Lova et al., 2024; Setiawan et al., 2025; Widya Priastuti et al., 2025).

PT Satria Tama Energi merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengadaan dan pemasangan teknologi energi terbarukan, khususnya sistem tenaga surya. Produk yang telah dihasilkan meliputi Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS) skala rumah tangga dan industri, pompa tenaga surya berbagai tipe, sistem baterai atau UPS, serta lampu penerangan jalan umum berbasis panel surya. Ragam produk tersebut menunjukkan potensi besar perusahaan untuk menjangkau pasar yang lebih luas seiring meningkatnya kebutuhan energi bersih dan berkelanjutan.



Gambar 1 Foto Bersama PT Satria Tama Energi

Namun, hasil observasi awal menunjukkan bahwa promosi produk PT Satria Tama Energi masih dilakukan secara konvensional melalui aplikasi pesan instan dengan mengandalkan foto dan video yang tersimpan di perangkat pribadi. Perusahaan belum memiliki katalog digital resmi yang dapat digunakan sebagai media promosi terstruktur, sementara situs web yang tersedia belum dikelola secara optimal. Kondisi ini menyebabkan calon pembeli kesulitan memperoleh gambaran menyeluruh mengenai portofolio produk perusahaan, sehingga dapat berdampak pada tingkat kepercayaan dan peluang kerja sama (Artikel, 2025; Bisnis & Mataram, 2024; Indra & Alamsyah, 2024; Rusmanto et al., 2025).

Sejalan dengan tren digitalisasi, katalog digital interaktif menjadi salah satu solusi efektif untuk meningkatkan profesionalisme promosi. Untuk aspek desain, platform Canva menyediakan kemudahan perancangan layout visual melalui template dan elemen grafis yang ramah pengguna; sejumlah kegiatan pengabdian menunjukkan pelatihan Canva mampu meningkatkan kompetensi desain dan literasi digital peserta secara signifikan. Untuk aspek publikasi, Heyzine memungkinkan dokumen PDF ditransformasikan menjadi flipbook digital yang dapat dibagikan melalui tautan, disematkan pada situs web, atau dikirimkan melalui email sebagai media promosi dan dokumentasi. Kombinasi kedua platform tersebut dinilai sesuai untuk meningkatkan kapasitas digital mitra tanpa memerlukan keahlian teknis tingkat lanjut.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas digital PT Satria Tama Energi melalui pelatihan pembuatan katalog digital interaktif berbasis Canva dan Heyzine. Program ini diharapkan tidak hanya menghasilkan luaran berupa katalog digital resmi, tetapi juga membekali sumber daya manusia mitra dengan keterampilan berkelanjutan dalam pengelolaan dan pembaruan katalog produk, sehingga promosi perusahaan menjadi lebih terstruktur, kredibel, dan siap digunakan dalam berbagai kebutuhan pemasaran digital.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan pelatihan partisipatif yang berfokus pada peningkatan kapasitas digital mitra melalui praktik langsung dan pendampingan terstruktur. Program dirancang sebagai kegiatan pengabdian berbasis pelatihan dengan durasi efektif selama tiga bulan, yang dilaksanakan secara hybrid, yaitu tatap muka langsung di lokasi mitra dan didukung dengan monitoring daring. Pendekatan ini dipilih agar proses transfer pengetahuan tidak hanya bersifat satu arah, tetapi melibatkan partisipasi aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam tiga pertemuan utama. Pertemuan pertama merupakan tahap pengenalan, yang bertujuan untuk memberikan pemahaman awal mengenai pentingnya katalog digital sebagai media promosi profesional, serta pengenalan platform Canva dan Heyzine. Pada tahap ini, peserta diperkenalkan pada konsep dasar desain katalog digital, struktur konten

katalog, serta contoh katalog digital interaktif yang relevan dengan kebutuhan perusahaan.

Pertemuan kedua difokuskan pada tahap pelatihan dan praktik. Peserta secara langsung mempraktikkan pembuatan katalog digital menggunakan Canva dengan memanfaatkan foto dan dokumentasi produk yang telah disiapkan oleh mitra. Pada tahap ini, peserta dibimbing dalam menyusun layout katalog, mengintegrasikan teks deskriptif dan visual produk, serta menjaga konsistensi tampilan agar sesuai dengan identitas perusahaan. Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan setiap peserta mampu menghasilkan draft katalog digital secara mandiri.

Pertemuan ketiga merupakan tahap evaluasi dan penyempurnaan hasil. Draft katalog yang telah disusun peserta direview secara langsung oleh tim pengabdian, baik dari aspek visual, kelengkapan informasi, maupun keterbacaan konten. Selanjutnya, peserta dibimbing untuk mempublikasikan katalog dalam bentuk flipbook digital menggunakan Heyzine, sehingga katalog dapat diakses secara daring melalui tautan dan dimanfaatkan sebagai media promosi resmi perusahaan.



Gambar 2 Pertemuan Pertama Sharing dengan PT STE



Gambar 3 Pertemuan Kedua Pelatihan Penggunaan Canva dan Heyzine

Selain tiga pertemuan tatap muka, kegiatan ini juga dilengkapi dengan monitoring daring yang dilakukan secara berkala selama periode pelaksanaan. Monitoring bertujuan untuk mengevaluasi perkembangan kemampuan peserta, memberikan umpan balik terhadap hasil desain katalog, serta memastikan keberlanjutan pemanfaatan katalog digital setelah pelatihan selesai. Data yang dikumpulkan dalam kegiatan ini meliputi dokumentasi proses pelatihan, hasil katalog digital yang dihasilkan peserta, serta umpan balik dari mitra.



Gambar 4 Pertemuan Ketiga Pelatihan Penggunaan Canva dan Heyzine

Keberhasilan kegiatan dievaluasi secara kualitatif berdasarkan ketercapaian luaran utama berupa katalog digital interaktif serta peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun dan memperbarui katalog secara mandiri. Metode ini diharapkan mampu memberikan dampak berkelanjutan bagi mitra dalam mengoptimalkan promosi produk dan memperkuat kapasitas digital perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menghasilkan luaran utama berupa katalog digital interaktif resmi PT Satria Tama Energi yang disusun menggunakan platform Canva dan dipublikasikan dalam bentuk flipbook melalui Heyzine. Katalog digital tersebut memuat dokumentasi produk perusahaan secara sistematis, mencakup Pembangkit Listrik Tenaga Surya (PLTS), pompa tenaga surya berbagai tipe, sistem baterai/UPS, serta lampu penerangan jalan umum berbasis panel surya. Setiap produk disajikan dengan kombinasi visual dan deskripsi singkat yang memudahkan calon buyer memahami jenis, fungsi, dan keunggulan produk yang ditawarkan.

Hasil Kegiatan

Sebelum pelaksanaan program, PT Satria Tama Energi belum memiliki katalog digital resmi. Informasi produk disampaikan secara tidak terstruktur melalui pesan instan dan dokumentasi foto yang tersimpan di perangkat pribadi, sehingga menyulitkan perusahaan dalam menampilkan portofolio secara profesional. Setelah mengikuti rangkaian pelatihan, mitra berhasil menghasilkan katalog digital yang terdokumentasi dengan baik dan dapat diakses secara daring melalui tautan flipbook. Katalog ini menjadi media promosi terintegrasi yang siap digunakan untuk berbagai kebutuhan, seperti pengenalan produk kepada calon mitra, presentasi bisnis, maupun pendukung konten pada situs web perusahaan.



Gambar 5 Hasil dari Canva yang sudah dimasukkan ke Heyzine

Selain luaran berupa produk katalog, kegiatan ini juga menghasilkan peningkatan kapasitas sumber daya manusia mitra. Peserta yang terdiri dari direksi, pegawai, dan mahasiswa magang menunjukkan peningkatan pemahaman dalam penyusunan konten visual, pengelolaan informasi produk, serta penggunaan platform desain digital. Peserta tidak hanya mampu mengikuti materi pelatihan, tetapi juga dapat menyusun dan memperbarui katalog secara mandiri pada tahap evaluasi. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan pelatihan untuk membangun kemandirian digital mitra telah tercapai.

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan katalog digital interaktif merupakan pendekatan yang efektif dalam menjawab kebutuhan promosi mitra. Katalog digital berperan sebagai media dokumentasi sekaligus sarana komunikasi pemasaran yang mampu meningkatkan citra profesional perusahaan. Penyajian produk dalam format visual yang terstruktur memberikan kemudahan bagi calon buyer untuk memahami portofolio perusahaan tanpa harus melakukan komunikasi berulang melalui pesan instan.

Dari sisi proses, pendekatan pelatihan partisipatif dengan tiga tahapan utama—pengenalan, pelatihan, dan evaluasi—memberikan ruang bagi peserta untuk belajar secara bertahap dan aplikatif. Pertemuan pengenalan membangun pemahaman konseptual mengenai pentingnya katalog digital, pertemuan pelatihan mendorong penguasaan keterampilan teknis, sedangkan pertemuan evaluasi memastikan hasil yang dihasilkan sesuai dengan standar kebutuhan mitra. Monitoring daring yang dilakukan setelah pelatihan juga berkontribusi dalam memperkuat pemahaman peserta serta menjaga kualitas hasil akhir.

Peningkatan kapasitas digital yang diperoleh mitra memiliki implikasi jangka panjang. Dengan keterampilan yang dimiliki, PT Satria Tama Energi tidak lagi bergantung pada pihak eksternal untuk kebutuhan dokumentasi dan promosi visual. Katalog digital dapat diperbarui setiap kali terdapat produk baru, sehingga menjadi dokumen hidup yang terus berkembang seiring aktivitas bisnis perusahaan. Hal ini sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat untuk menciptakan dampak berkelanjutan, bukan sekadar menghasilkan luaran sesaat.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, baik dari sisi luaran produk maupun peningkatan kapasitas mitra. Katalog digital interaktif yang dihasilkan tidak hanya memperkuat strategi promosi perusahaan, tetapi juga mendukung transformasi digital pada sektor industri energi terbarukan skala lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pembuatan katalog digital interaktif berbasis Canva dan Heyzine telah berhasil dilaksanakan dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Program ini menghasilkan luaran utama berupa katalog digital resmi PT Satria Tama Energi yang terdokumentasi dengan baik dan dapat dimanfaatkan sebagai media promosi profesional. Selain menghasilkan produk nyata, kegiatan ini juga meningkatkan kapasitas digital sumber daya manusia mitra, yang ditunjukkan melalui kemampuan peserta dalam menyusun, mengelola, dan memperbarui katalog secara mandiri. Pendekatan pelatihan partisipatif dengan tiga tahapan utama—pengenalan, pelatihan, dan evaluasi—terbukti efektif dalam mendukung proses transfer pengetahuan dan keterampilan yang aplikatif. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi positif terhadap penguatan promosi dan kesiapan digital mitra dalam menghadapi kebutuhan pemasaran di era digital

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan, disarankan agar PT Satria Tama Energi terus memanfaatkan dan mengembangkan katalog digital sebagai media promosi utama, khususnya dengan melakukan pembaruan konten secara berkala seiring bertambahnya produk dan layanan perusahaan. Selain itu, pengembangan lanjutan dapat diarahkan pada integrasi katalog digital dengan situs web resmi dan media sosial perusahaan untuk memperluas jangkauan promosi. Untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, pelatihan serupa dapat direplikasi pada mitra lain, khususnya perusahaan atau UMKM di bidang energi terbarukan, dengan penambahan evaluasi kuantitatif guna mengukur dampak promosi secara lebih terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugerah, A. D., Anekawati, A., & Fithry, A. (2024). KATALOG DIGITAL INTERAKTIF UNTUK MENINGKATKAN MELALUI MEDIA SOSIAL. *Abhakte Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 92–97.
- Artikel, I. (2025). Pentingnya Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Pemanfaatan Canva dalam Promosi Produk maupun Jasa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*, 6(1), 295–303.
- Azizah, A. R., Pambudi, A. T., & Putra, A. L. (2025). Strategi Branding UMKM melalui Pembuatan Katalog Produk Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Kedai Tahu Bakso Mama Jo. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 179–184.
- Bisnis, E., & Mataram, U. (2024). Pelatihan Penyusunan E-Modul Menggunakan Canva dan Heyzine Pada Program Studi DIIPariwisata Universitas Mataram. *Jurnal Abdi Anjani*, 2(2), 192–198.
- Indra, A., & Alamsyah, S. (2024). Peran aplikasi canva dalam mendukung umkm bersaing di era digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.*, 8(2), 343–350. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1448>
- Lova, E. F., Rachmawati, R., & Maulidina, A. (2024). Pelatihan Pembuatan Katalog Produk Berbasis Digital Guna Meningkatkan Pemasaran Bagi Grup Jual Beli Online. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 2383–2392.
- Nurjanah, S. (2025). Pemanfaatan Teknologi Interaktif Dalam Meningkatkan Penjualan Produk. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jab.v5i1.8820>
- Rusmanto, D. E., Shena, E., Eswono, P., Informasi, S., Author, C., & Desa, P. (2025). Pelatihan Canva Untuk Meningkatkan Kompetensi Desain Digital Pemuda dan UMKM di Desa 3D. *Dimastara*, 5(1).
- Saepuloh, A., Oyong Nurasih, B., Pristianti, E., & Erliana, M. (2024). Pentingnya Komunikasi Bagi Pelaku UMKM Dalam Memasarkan Product. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 3(8), 755–762.
- Setiawan, E., Hadiwijaya, H., Andita, M. P., & Palcomtech, B. (2025). Penguatan Pemasaran Digital UMKM Disabilitas Teras Gendis melalui Pendampingan E-Katalog. *Room of Civil Society Development*, 4(5), 747–757.

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 6 No 1 (2026) 214–222 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v6i1.10910

Widya Priastuti, C., Wulandari, A., Wisudawaty, H., & Alya Pramesthi, J. (2025). PERENCANAAN DAN PERANCANGAN E-KATALOG KELOMPOK UMKM APARTEMEN TRANSIT UJUNG BERUNG. *Krida Cendekia*, 3(3).

Yulistiawan, B. S., Hananto, B., Handayani, L., Studi, P., Informasi, S., Komputer, F. I., Informatika, P. S., Komputer, F. I., Studi, P., & Komunikasi, I. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Upaya Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM. *Jurnal Abmas Negeri*, 5(1), 141–149.