



Pelatihan Ai Dan Canva Untuk Pemasaran Produk UMKM Di Dukuh Sutorejo Surabaya

¹Rizki Setyo Putro R, ²Aisah Putri Maharani, ³Fira Fatma Salsabila,
⁴Puspita Dwi Firnanda, ⁵Intan Permatasari Fitri Agustine,
⁶Putri Amabel Carissa Pradana, ⁷Condro Widodo

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec.
Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

e-mail: ¹rizkirobawa@gmail.com, ²aisahputrimaharani@gmail.com, ³firafatmas1@gmail.com,
⁴pd.firnanda@gmail.com, ⁵intanpfa@gmail.com, ⁶amabellcp@gmail.com,
⁷condro.widodo.ak@upnjatim.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Dukuh Sutorejo, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya, bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital bagi para pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) setempat. Dalam era digital yang berkembang pesat, UMKM menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan daya saingnya. Oleh karena itu, program kerja ini difokuskan pada sosialisasi dan pelatihan penggunaan teknologi AI dan aplikasi Canva sebagai sarana pemasaran produk. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tiga tahapan: pengajuan proposal dan perizinan, sosialisasi dan penyuluhan, serta praktik materi. Pada tahap sosialisasi, peserta diperkenalkan dengan teknologi AI dan aplikasi Canva, serta manfaat dan teknik penggunaannya dalam pemasaran digital. Selanjutnya, peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan materi yang telah disampaikan dengan pendampingan dari tim pelaksana. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi AI untuk foto produk serta membuat desain konten yang menarik. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga memotivasi para pemilik UMKM untuk terus mengembangkan usaha mereka melalui pemasaran digital yang lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kualitas pemasaran produk UMKM di Kelurahan Dukuh Sutorejo.

Kata Kunci : Copywriting, Foto Produk, Pemasaran Digital, UMKM

Abstract

The community service activities conducted in Dukuh Sutorejo Village, Mulyorejo District, Surabaya City, aim to enhance the digital marketing capabilities of local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) owners. In the rapidly evolving digital era, MSMEs face significant challenges in maintaining their competitiveness. Therefore, this program focuses on socialization and training on the use of AI technology and the Canva application as a means of product marketing. The implementation method consists of three stages: proposal submission and licensing, socialization and counseling, and practical material. During the socialization stage, participants are introduced to AI technology and the Canva application, along with the benefits and techniques of their use in digital marketing. Subsequently, participants are given the opportunity to practice the material presented with guidance from the implementing team. The results of this activity show that the training participants can enhance their understanding and skills in using AI technology for product photos and creating attractive content designs. This training not only provides technical knowledge but also motivates MSME owners to continue developing their businesses through more effective and efficient digital marketing. Thus, this activity successfully contributes positively to improving the quality of product marketing for MSMEs in Dukuh Sutorejo Village.

Keywords : Copywriting, Product Photos, Digital Marketing, UMKM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang kemudian disingkat UMKM merupakan suatu aktivitas ekonomi yang mana dilakukan oleh mayoritas masyarakat Indonesia guna menambah penghasilan mereka. Tertuang dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, UMKM memiliki tujuan dalam pengembangan usaha masyarakat dalam rangka meningkatkan dan membangun ekonomi negara sebagai asas demokrasi perekonomian. Di era digital yang semakin berkembang, UMKM mengalami tantangan besar dalam mempertahankan daya saingnya. Pemilik UMKM diharapkan bisa terus melek akan perkembangan teknologi informasi untuk meningkatkan nilai ekonomi. Perkembangan media digital yang terjadi serta banyaknya aktivitas yang telah tersinkronisasi secara digital membuat UMKM juga perlu untuk melakukan penyesuaian guna meningkatkan pemasaran secara digital [1].

Pemasaran digital yang dilakukan oleh pemilik UMKM memiliki beberapa kelebihan seperti dapat mengefisiensi biaya untuk promosi sehingga pendapatan yang diperoleh bisa lebih besar. Salah seorang ahli di bidang pemasaran yakni Yuswohadi menerangkan bahwa apabila pemilik UMKM ingin usahanya tetap berjalan, maka pelaku usaha tersebutlah yang harus bisa untuk memaksimalkan manfaat ketika melakukan pemasaran digital [2]. Pemasaran digital yang dilakukan oleh pemilik UMKM dapat dilakukan melalui peningkatan pemahaman dasar terkait pembuatan konten menarik guna memikat konsumen dalam membeli produknya. Pembuatan konten yang menarik dapat dilakukan dengan pembelajaran mengenai cara pembuatan foto produk berbasis Teknologi AI, desain konten yang menarik, dan penulisan caption (copywriting) yang elok sehingga dapat mengundang konsumen.

Kemampuan foto produk menjadi salah satu ilmu penting yang harus dimiliki oleh setiap pemilik UMKM ketika melakukan pemasaran produk. Foto produk dapat dilakukan dengan bantuan Artificial Intelligence (AI). AI akan membantu pemilik UMKM dalam melakukan otomatisasi pemberian latar belakang terhadap foto produk yang telah diambil. Teknologi AI ini akan mempermudah pemilik UMKM dalam proses pembuatan konten. Pengambilan foto produk yang dibantu dengan Teknologi AI akan dijadikan sebagai pemikat kepada konsumen sekaligus bertujuan untuk menampilkan gambaran, warna, dan detail dari produk yang akan dipasarkan [3]. Pemanfaatan teknologi AI dalam melakukan foto produk yang baik dan benar tentu dapat meningkatkan nilai jual suatu produk. Manfaat lain yang akan diterima yakni dapat dijadikan sebagai sarana dalam melakukan pemasaran digital.

Pembelajaran lain yang dapat dilakukan adalah pembuatan desain konten yang menarik. Perkembangan teknologi sebagai media untuk membantu pemasaran UMKM dalam pembuatan desain yakni penerapan aplikasi Canva. Canva adalah aplikasi desain online yang didalamnya mencakup desain poster, grafik, brosur, presentasi, logo, video, sampul buku dan lainnya. Manfaat pemasaran menggunakan Canva ini juga dapat dinikmati pemilik UMKM yakni bisa lebih mudah untuk melakukan pembuatan logo dan poster yang menarik terkait produk dengan desain yang telah ada [4]. Melalui aplikasi Canva, pemilik UMKM juga dapat sekaligus melakukan editing dalam pembuatan caption atau kemudian disebut copywriting. Copywriting mengacu pada teknik persuasif yang dilakukan dalam penulisan naskah sebagai bahan dalam media promosi yang akan digunakan untuk tujuan komersial khususnya pemasaran produk. Tujuan dari pembuatan copywriting dalam pemasaran yakni menarik konsumen untuk membeli produk melalui kata-kata yang menarik.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan di Kelurahan Dukuh Sutorejo, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya. Kami menemukan beberapa permasalahan yang sedang dihadapi seperti, kurangnya pemahaman terhadap teknologi dalam pengambilan gambar untuk foto produk yang menyebabkan kurangnya nilai jual produk. Permasalahan lain yang timbul yakni kurangnya pemahaman terhadap penggunaan aplikasi Canva yang sebenarnya dapat membantu pemilik UMKM dalam hal pemasaran seperti pembuatan logo dan brosur atas produk yang dipunya. Permasalahan ini didasari karena banyaknya pemilik usaha yang merupakan ibu rumah tangga yang masih awam dengan tata cara penggunaan AI untuk pembuatan foto produk dan

pemanfaatan Canva sebagai aplikasi desain online. Keterbatasan ini membuat pemilik usaha kurang berinovasi dan cenderung ala kadarnya dalam pengambilan foto produk sekaligus memasarkan produknya.

Upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan melakukan sosialisasi kepada pemilik UMKM di wilayah Kelurahan Dukuh Sutorejo, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya. Sosialisasi ini dilakukan dengan memberikan dukungan, pengajaran, dan pelatihan mengenai pemanfaatan teknologi AI dan aplikasi Canva untuk pemilik UMKM. Tujuannya untuk meningkatkan pemahaman mengenai manfaat dan penerapan teknologi informasi sebagai dasar untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM.

METODE PENELITIAN

Tahap awal yang dilakukan adalah observasi pada wilayah terkait. Pada pertengahan bulan Juli diawali dengan melakukan proses pengajuan proposal dan perizinan pada pihak Kelurahan Dukuh Sutorejo. Hasil yang diperoleh pada kegiatan awal tersebut didapatkan bahwa pada Kelurahan Dukuh Sutorejo terdapat banyak warga yang mempunyai kegiatan UMKM pada tiap RW, namun pemasaran yang dijangkau hanya hingga lingkup Kota Surabaya saja. Hal ini disebabkan karena kurangnya wawasan pada masyarakat di wilayah tersebut mengenai pemasaran digital dan cara menggunakan teknologi untuk branding produk UMKM. Dalam hal ini, pihak kelurahan mengizinkan tim pelaksana untuk melakukan adanya program kerja Sosialisasi Penggunaan Teknologi AI dengan Aplikasi Canva Sebagai Sarana Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Dukuh Sutorejo.

Tahap pelaksanaan sosialisasi. Pada metode kedua ini diberlakukan kegiatan sosialisasi dan penyuluhan pada masyarakat, khususnya yang berada di Kelurahan Dukuh Sutorejo dan memiliki usaha UMKM. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan di balai Kelurahan Dukuh Sutorejo. Pada kegiatan sosialisasi ini, tim pemateri yang bertugas menjelaskan dan pengenalan teknologi AI dan aplikasi Canva terhadap peserta, juga terdapat sesi diskusi mengenai materi terkait. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan interaksi dua arah terhadap pemateri dan juga peserta sosialisasi.

Tahapan terakhir adalah melakukan praktik materi. Pada tahap ini peserta diminta untuk mempraktikkan hal yang sudah dijelaskan sebelumnya pada tahap sosialisasi. Pada tahap ini tim pelaksana bertugas untuk mendampingi dan mengawasi peserta dalam melakukan uji praktik.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan penggunaan teknologi AI dan Canva ini merupakan salah satu solusi bagi para pemilik UMKM Kelurahan Dukuh Sutorejo Kecamatan Mulyorejo Surabaya untuk membantu meningkatkan kemampuan dalam pemasaran produk untuk menarik para pelanggan. Pelatihan ini dilaksanakan dengan kerja sama para pemilik UMKM dan perangkat desa kelurahan Dukuh Sutorejo. Kegiatan pelatihan teknologi AI dan aplikasi Canva ini mencakup foto produk dan copywriting. Copywriting sendiri tidak hanya bertujuan untuk mempromosikan atau mengenalkan suatu produk tetapi dapat meningkatkan penjualan, menarik minat pelanggan, dan membuat pemilik UMKM dapat meningkatkan produk dan layanan UMKM [5]. Kegiatan ini diawali dengan penyampaian materi oleh narasumber dan dilanjutkan melakukan praktik foto produk dan mendesain hasil foto produk menggunakan website dan aplikasi Canva.

Materi pertama yang disampaikan oleh salah satu tim pelaksana dari mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur adalah mengenai penggunaan teknologi AI dalam fotografi produk. Peserta diajarkan pentingnya bagaimana cara mengambil foto produk yang baik dan menarik,

yang dapat meningkatkan citra merek (brand image) dan minat konsumen terhadap produk tersebut [6]. Dengan meningkatkan citra merek, nilai produk juga akan meningkat dan kepercayaan konsumen terhadap produk akan lebih tinggi. Pengambilan gambar sebagai foto produk yang dilakukan dengan baik juga akan berdampak signifikan pada keunggulan suatu bisnis dan besarnya peluang penjualan. Selain pemahaman teori, peserta juga diberikan beberapa tips dalam melakukan foto produk serta kesempatan untuk praktik langsung menggunakan teknologi AI pada produk UMKM masing-masing. Tujuannya adalah agar peserta memahami teknologi AI dan dapat mengaplikasikannya dalam pemasaran produk, sehingga nilai jual produk dapat meningkat.

Selanjutnya, pemateri membahas tentang cara menulis copywriting dan penggunaan aplikasi Canva. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan dengan aplikasi Canva untuk mendesain produk menggunakan berbagai template desain serta melakukan praktik langsung [7]. Peserta diajak untuk mengeksplorasi fitur-fitur yang tersedia di Canva, agar dapat berkreasi dalam mendesain produk UMKM mereka. Mereka juga diperlihatkan beberapa contoh desain yang menggunakan template gratis dari Canva. Selain itu, peserta diberikan pemahaman tentang copywriting, yang penting untuk bisnis dalam berinteraksi dengan konsumen atau calon pembeli, dengan tujuan meningkatkan minat beli dan mendorong pembelian. Peserta diajarkan betapa pentingnya memberikan penjelasan tentang produk (product knowledge) kepada konsumen atau calon pembeli. Copywriting ini akan diterapkan saat membuat konten pemasaran menggunakan Canva. Peserta juga diberikan beberapa tips praktis dalam membuat copywriting, seperti jika produknya adalah gadget terbaru dengan target pasar profesional, maka caption harus menggunakan bahasa yang formal, informatif, dan menekankan pada fitur-fitur canggih serta manfaat teknologi terbaru untuk meningkatkan produktivitas kerja.

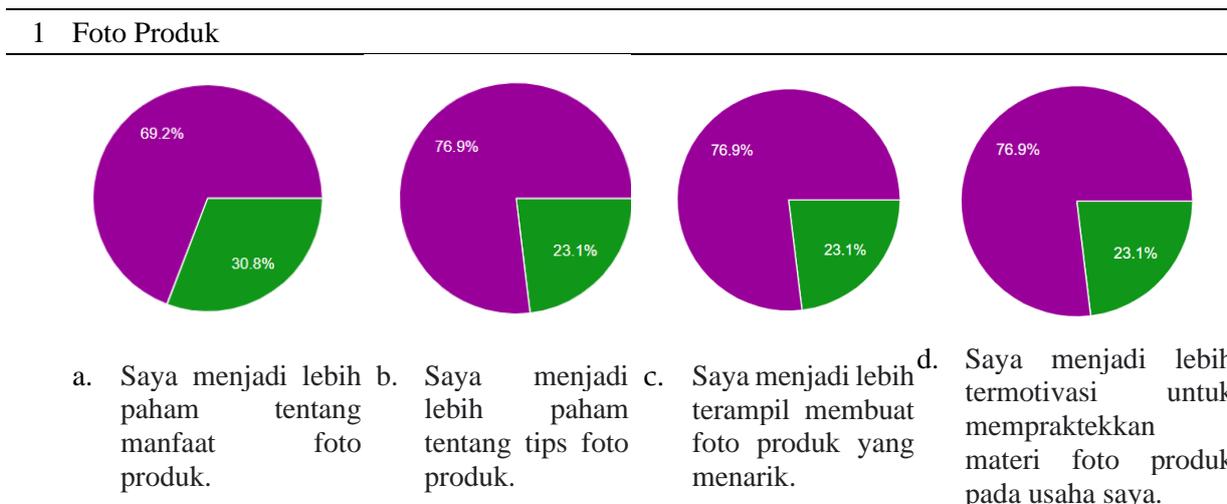
Untuk menilai pemahaman dan keterampilan peserta, di akhir pelatihan dilakukan evaluasi melalui kuesioner yang disebar menggunakan google form. Kuesioner evaluasi ini menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 5, yaitu Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5), seperti yang terlihat pada Gambar 2



Gambar 2. Keterangan Jawaban pada Kuisisioner Evaluasi

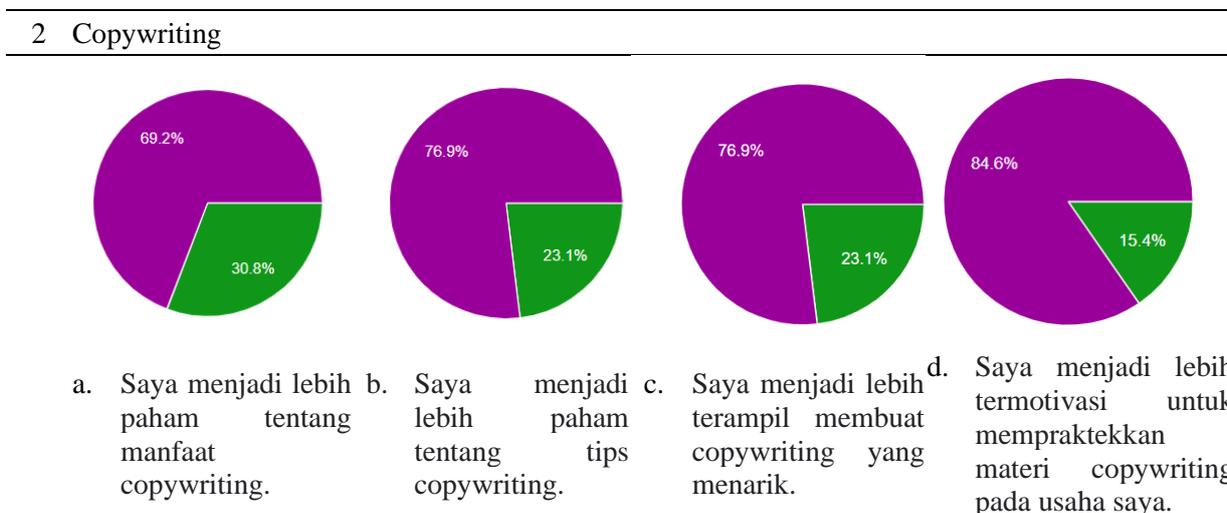
Berdasarkan Tabel 1, hasil evaluasi mengenai materi foto produk diketahui bahwa 69.2% peserta menanggapi dengan jawaban Sangat Setuju dengan artian bahwa pelatihan ini membuat para peserta lebih paham akan kegunaan dan manfaat dari cara pengambilan foto produk (1a). Selain itu, 76.9% peserta menanggapi dengan jawaban Sangat Setuju dengan arti bahwa peserta dapat lebih memahami terkait tips dalam pengambilan foto produk (1b), lebih terampil membuat foto produk yang menarik (1c), serta peserta semakin termotivasi untuk mempraktikkan materi yang didapat terhadap usaha UMKM nya masing-masing (1d).

Tabel 1. Hasil Evaluasi 1: Foto Produk



Berdasarkan Tabel 2, hasil evaluasi mengenai copywriting diketahui bahwa 69.2% peserta menjawab Sangat Setuju dengan artian bahwa pelatihan ini membuat para peserta dapat lebih memahami manfaat dari foto produk (2a). Selain itu, 76.9% peserta menjawab Sangat Setuju bahwa peserta dapat lebih memahami tentang tips copywriting (2b), lebih terampil membuat copywriting yang menarik (2c), serta peserta semakin termotivasi untuk mempraktikkan materi yang didapat terhadap usaha UMKM nya masing-masing (2d).

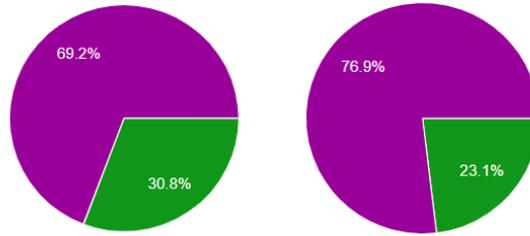
Tabel 2. Hasil Evaluasi 2: Copywriting



Terakhir, evaluasi pelatihan secara umum. Hasil dapat dilihat pada Tabel 3. Bahwa diketahui 69,2% peserta menjawab Sangat Setuju dengan artian bahwa materi yang disampaikan dapat mudah dipahami dan dipraktikkan (3a), serta dapat berguna untuk mengembangkan usaha kedepannya (3b)

Tabel 3. Hasil Evaluasi 3: Copywriting

3 Evaluasi Umum



- a. Secara umum, pelatihan ini mudah untuk dipahami dan dipraktekkan.
- b. Secara umum, pelatihan ini bermanfaat untuk pengembangan usaha saya

Gambar 3 adalah hasil karya terbaik dari para peserta yang hadir di pelatihan ini:



Gambar 3. Tiga Hasil Terbaik Peserta

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kelurahan Dukuh Sutorejo, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya, berhasil memberikan pemahaman dan keterampilan baru kepada para pemilik UMKM dalam penggunaan teknologi AI dan aplikasi Canva. Program pelatihan ini memfokuskan pada teknik foto produk dan copywriting yang efektif, yang terbukti meningkatkan kualitas pemasaran produk UMKM. Dengan adanya pelatihan ini, para pemilik usaha menjadi lebih terampil dalam mengambil foto produk yang menarik dan memanfaatkan teknologi desain untuk membuat materi pemasaran yang profesional. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman teknologi para peserta, tetapi juga memberikan motivasi untuk terus mempraktikkan ilmu yang didapat guna mengembangkan usaha mereka ke arah yang lebih baik.

Berdasarkan hasil kegiatan ini, direkomendasikan beberapa langkah lanjutan untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan dampak dari program pelatihan yang telah dilakukan. Pertama, penting untuk memberikan pendampingan secara berkala kepada para pemilik UMKM dalam penerapan teknologi yang telah diajarkan. Pendampingan ini bisa dilakukan melalui kunjungan lapangan atau konsultasi online untuk memastikan bahwa teknologi tersebut diterapkan dengan benar dan efektif. Kedua, pengembangan materi pelatihan yang lebih mendalam terkait teknologi pemasaran digital lainnya, seperti manajemen media sosial dan penggunaan platform e-commerce, dapat membantu UMKM lebih kompetitif di pasar digital.

Ketiga, menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan dan lembaga terkait akan sangat bermanfaat untuk menyediakan program pelatihan yang lebih komprehensif dan berkelanjutan. Hal ini dapat membantu memperluas jangkauan pelatihan dan memberikan sumber daya tambahan bagi pelaku UMKM. Keempat, perlu dilakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala untuk mengukur efektivitas pelatihan yang telah diberikan. Hasil evaluasi ini dapat digunakan untuk menyempurnakan program pelatihan di masa mendatang. Terakhir, mengikuti perkembangan teknologi terbaru yang dapat diaplikasikan dalam pemasaran produk UMKM dan memberikan pelatihan lanjutan agar para pemilik usaha selalu up-to-date dengan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha mereka. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan para pemilik UMKM di Kelurahan Dukuh Sutorejo, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya dapat terus berkembang dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

SARAN

Dalam rangka meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan program KKN, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengoptimalkan program UMKM, terutama dalam hal strategi pemasaran digital. Studi mendalam tentang strategi pemasaran digital yang lebih efektif sangat diperlukan untuk membantu UMKM dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing di pasar. Penelitian ini harus mencakup analisis mendalam tentang penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan teknik pemasaran konten yang dapat meningkatkan engagement dan konversi penjualan. Selain itu, penelitian juga harus menilai dampak teknologi informasi pada peningkatan penjualan serta ekspansi pasar UMKM lokal, dengan fokus pada bagaimana UMKM dapat memanfaatkan data analitik dan alat pemasaran digital untuk mencapai target pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi UMKM untuk mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak Kelurahan Dukuh Sutorejo, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya untuk kesempatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat kepada para pelaku UMKM di Kelurahan Dukuh Sutorejo, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur untuk kesempatan penugasan pengabdian yang dapat dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. D. Handayani, "Digitalisasi UMKM: Peningkatan Kapasitas melalui Program Literasi Digital," *J. Signal*, vol. 11, no. 1, p. 104, 2023, doi: 10.33603/signal.v11i1.8213.
- [2] J. Jasri, N. Arfan, H. Hasanuddin, and H. A. Hasan, "Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah," *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, vol. 6, no. 2, pp. 212–224, 2022. doi: 10.30631/iltizam.v6i2.1452.
- [3] M. Wahyu, A. Reza, and N. N. Anggalih, "Perancangan Fotografi Sebagai Media Promosi Digital Brand Lokal CUTOFF," *J. Barik*, vol. 4, no. 3, pp. 259–267, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>.
- [4] A. Harahap, T. S. Wibowo, J. W. Sitopu, M. Solehuddin, and N. Napsin, "Penggunaan dan Manfaat Aplikasi Canva sebagai Media Pembelajaran Ditingkat Madrasah Tsanawiyah,"

- J. Pembelajaran Dan Mat. Sigma, vol. 8, no. 2, pp. 539–544, 2022, doi: 10.36987/jpms.v8i2.3782.
- [5] I. M. Sakti and D. C. Pratiwi, “Pelatihan Implementasi Pemasaran Digital: Foto Produk, Desain Konten, dan Copywriting,” *Duta Abdimas*, vol. 2, no. 2, pp. 7–15, 2023, doi: 10.47701/abdimas.v2i2.2768.
- [6] H. Dunan et al., “PELATIHAN FOTO PRODUK UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE DAN MINAT KONSUMEN UMKM RUMAH BUMN BANDAR LAMPUNG Product Photo Training to Improve Brand Image and Consumer Interest in Rumah BUMN Bandar Lampung,” *J. Abdimas Gorontalo*, vol. 5, no. 1, pp. 17–23, 2022.
- [7] M. Sholeh, R. Y. Rachmawati, and E. Susanti, “Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm,” *SELAPARANG J. Pengabd. Masy. Berkemajuan*, vol. 4, no. 1, p. 430, 2020, doi: 10.31764/jpmb.v4i1.2983.
- [8] E. T. Alawiah, D. Setyorini, and Hasanudin, “Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Omset Penjualan dan Pelatihan Pembuatan Label Kemasan menggunakan Canva,” *J. Pengabd. Masy. dan Ris. Pendidik.*, vol. 2, no. 1, pp. 279–285, 2023, doi: 10.31004/jerkin.v2i1.163.
- [9] C. Astina, “Peningkatan UMKM Bidang Pemasaran dan Perekonomian melalui Pemanfaatan Aplikasi Canva,” *SOROT J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–6, 2022, doi: 10.32699/sorot.v1i2.2626.
- [10] Y. Fahdillah, M. G. Pangestu, and H. Laras, “PELATIHAN DESAIN DENGAN CANVA UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI PADA UMKM TUKU SAMBAL (FOCUS GROUP DISCUSSION),” vol. 3, no. 1, pp. 33–39, 2024.
- [11] K. N. Isnaini, D. F. Sulistiyan, and Z. R. K. Putri, “Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva,” *SELAPARANG J. Pengabd. Masy. Berkemajuan*, vol. 5, no. 1, p. 291, 2021, doi: 10.31764/jpmb.v5i1.6434.
- [12] M. R. Katili, A. Dwinanto, L. Yahya, and B. S. Rijal, “Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kapasitas Pelaku UMKM dan BUMDes,” vol. 3, no. 1, pp. 14–19, 2024.
- [13] Linda Wijayanti, R. Sukwadi, W. Prasetya, and W. A. Azels, “Pelatihan Membuat Desain Iklan Digital Menggunakan Aplikasi Canva Bagi Umkm Binaan Asppuk,” *J. Bakti Masy. Indones.*, vol. 5, no. 1, pp. 117–125, 2022, doi: 10.24912/jbmi.v5i2.18245.
- [14] Mira Veranita, Gunardi, Ramayani Yusuf, and Yunyun Ratna H, “Pemberdayaan Pelaku UMKM Perempuan Dalam Upaya Peningkatan Ketahanan Ekonomi Melalui Pelatihan Digital Marketing,” *JURPIKAT (Jurnal Pengabd. Kpd. Masyarakat)*, vol. 4, no. 3, pp. 388–401, 2023, doi: 10.37339/jurpikat.v4i3.1461.
- [15] W. P. Sari and L. Irena, “Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Umkm,” *J. Bakti Masy. Indones.*, vol. 4, no. 3, pp. 633–642, 2022, doi: 10.24912/jbmi.v4i3.13271.
- [16] K. Tajinan and K. Malang, “Pelatihan Pemahaman Digital Marketing dan Peningkatan Kualitas Desain dalam Meningkatkan Nilai Jual pada UMKM Desa Tambakasri,” ...

Pengabdi. Kpd. ..., vol. 4, no. 4, pp. 3544–3553, 2023, [Online]. Available: <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1859%0Ahttps://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/1859/1307>.

- [17] R. Yanuar et al., “Pengembangan UMKM Melalui Optimalisasi Branding dan Penggunaan Media Digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap,” *J. Pus. Inov. Masy.*, vol. 4, no. 1, pp. 70–84, 2022, doi: 10.29244/pim.4.1.70-84.
- [18] S. B. Z. Zettira, N. A. Febrianti, Z. A. Anggraini, M. A. W. Prasetyo, and E. Tripustikasari, “Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah,” *J. Abdimas Prakasa Dakara*, vol. 2, no. 2, pp. 99–105, 2022, doi: 10.37640/japd.v2i2.1524.