

Diseminasi Aplikasi Canva untuk Menunjang Promosi Produk UMKM di Kelurahan Kedungkandang, Malang

Alda Sylvia Kharismaningtyas¹, Gabriela Marie Curie², Mubarokah³, Wahyu Santoso⁴
^{1,2,3,4} Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
e- mail: mubarokah@upnjatim.ac.id

Abstrak

Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah mampu menerapkan teknologi digital dalam strategi pemasaran UMKM untuk meningkatkan efektivitas promosi produk. Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing melalui pemasaran yang lebih efektif. Salah satu alat yang bisa dimanfaatkan adalah aplikasi Canva yang memungkinkan UMKM membuat desain promosi berkualitas dengan mudah dan efisien. Metode yang digunakan terdiri dari empat tahap yaitu perencanaan, persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan Canva, UMKM dapat meningkatkan kualitas konten promosi, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya memperkuat daya saingnya di pasar digital. Kegiatan ini berkontribusi terhadap pemberdayaan UMKM dan mendukung transformasi digital di kalangan pelaku usaha lokal.

Kata Kunci: *UMKM, Digital Marketing, Canva, Daya Saing, Pemasaran Digital*

Abstract

The aim of holding this activity is to be able to apply digital technology in MSME marketing strategies to increase the effectiveness of product promotions. The development of digital technology provides opportunities for MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) to increase their competitiveness through more effective marketing. One tool that can be used is the Canva application which allows MSMEs to create quality promotional designs easily and efficiently. The method used consists of four stages, namely planning, preparation, implementation and evaluation. The results of the study show that by using Canva, MSMEs can improve the quality of promotional content, expand market reach, and ultimately strengthen their competitiveness in the digital market. This activity contributes to the empowerment of MSMEs and supports digital transformation among local business actors.

Keywords : *MSMEs, Digital Marketing, Canva, Competitiveness, Digital Marketing*

PENDAHULUAN

Perkembangan di era digital saat ini telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia usaha. Digitalisasi membuka peluang baru bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk bersaing di pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi. Salah satu inovasi teknologi yang populer dan relevan dalam mendukung strategi pemasaran UMKM adalah aplikasi Canva. Canva, sebagai platform desain grafis berbasis digital, memungkinkan pengguna untuk membuat berbagai konten visual seperti poster, brosur, hingga video promosi dengan cara yang mudah dan praktis.

UMKM di Indonesia memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, dengan menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Namun, daya saing UMKM masih menjadi tantangan, terutama di tengah persaingan global dan transformasi digital yang cepat. Digital marketing menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing tersebut, karena memungkinkan pelaku UMKM menjangkau pasar lebih luas dengan biaya yang relatif terjangkau. Canva, sebagai salah satu media digital marketing, menawarkan solusi praktis bagi pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya dan keahlian desain grafis. Dengan fitur-fitur yang *user-friendly*, Canva memberikan akses kepada

pengguna untuk membuat desain berkualitas tinggi tanpa memerlukan latar belakang desain profesional. Selain itu, fitur integrasi dengan media sosial juga mempermudah distribusi konten promosi kepada target pasar.

Kelurahan Kedungkandang, sebagai salah satu wilayah dengan potensi UMKM yang besar, memiliki tantangan dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha. Banyak UMKM di wilayah ini masih bergantung pada metode pemasaran konvensional, sehingga kurang optimal dalam memanfaatkan peluang digital. Pemanfaatan Canva sebagai alat pendukung digital marketing dapat menjadi solusi strategis untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk lokal dan memperluas jangkauan pasar. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Canva efektif dalam meningkatkan kualitas promosi digital UMKM.

Studi oleh Amrina et al. (2023) mengungkapkan bahwa pelatihan Canva bagi pelaku UMKM berhasil meningkatkan kemampuan mereka dalam membuat iklan digital yang menarik dan relevan dengan target pasar. Hasil ini sejalan dengan temuan Ardipraditiya (2020), yang menunjukkan bahwa konten visual yang kreatif dapat meningkatkan daya tarik produk di media sosial dan berdampak positif terhadap penjualan. Selain itu, program pelatihan yang dilakukan oleh institusi pendidikan dan komunitas pengusaha juga telah membuktikan keberhasilan Canva dalam mendukung promosi digital. Dalam sebuah kegiatan pengabdian masyarakat, Canva digunakan sebagai alat pelatihan bagi wirausahawan pemula untuk membuat iklan digital, yang hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan mereka (Amrina et al., 2023).

Namun, keberhasilan pemanfaatan Canva dalam digital marketing tidak hanya bergantung pada aspek teknis, tetapi juga pada strategi pemasaran yang efektif. Pelaku UMKM perlu memahami karakteristik pasar, memilih saluran distribusi yang tepat, dan menyusun narasi visual yang sesuai dengan identitas merek mereka. Dengan demikian, integrasi antara kemampuan teknis menggunakan Canva dan strategi pemasaran yang matang menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Kedung Kandang. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian ini untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana pemanfaatan Canva sebagai alat pendukung digital marketing dapat memberikan dampak signifikan terhadap daya saing UMKM di Kelurahan Kedung Kandang.

Kegiatan ini bertujuan agar mampu menerapkan teknologi digital dalam strategi pemasaran UMKM untuk meningkatkan efektivitas promosi produk. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi nyata dalam mengembangkan model pemberdayaan UMKM berbasis digital marketing yang relevan dan aplikatif, tetapi juga menjadi inspirasi bagi mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur untuk memanfaatkan kemampuan mereka dalam bidang teknologi dan digitalisasi. Melalui pengabdian, kolaborasi, dan inovasi, diharapkan mahasiswa mampu berperan aktif dalam memberdayakan UMKM di berbagai wilayah, termasuk Kelurahan Kedungkandang, sehingga dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat.

METODE

Program pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media digital marketing untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Kedung Kandang dilaksanakan melalui beberapa tahap yang terintegrasi dan saling mendukung.

Pada tahap perencanaan, tim penelitian melakukan survei, observasi, dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di Kelurahan Kedung Kandang terkait digital marketing. Dalam wawancara dengan pemilik UMKM setempat, terungkap bahwa mereka masih bergantung pada metode pemasaran konvensional, sehingga kurang optimal dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Kondisi ini menjadi peluang bagi mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur untuk berkontribusi melalui inovasi dan pengabdian masyarakat. Mahasiswa diharapkan dapat membantu mengidentifikasi solusi strategis yang relevan untuk mendukung pengembangan UMKM, khususnya melalui pemanfaatan Canva sebagai media promosi yang efektif.

Selanjutnya, pada tahap persiapan, tim penelitian menyusun materi pelatihan yang mencakup penggunaan dasar aplikasi Canva, strategi pemasaran digital, dan tips membuat konten visual yang menarik. Materi ini disusun dalam bentuk PowerPoint slideshow dan panduan praktis

untuk mendukung pelatihan. Jadwal kegiatan pelatihan dirancang dengan mempertimbangkan waktu luang pelaku UMKM agar partisipasi dapat dimaksimalkan. Selain itu, tim menyiapkan perangkat teknis seperti laptop, koneksi internet, dan alat bantu presentasi untuk memastikan kelancaran pelatihan. Tahap pelaksanaan dilakukan secara langsung di aula Kelurahan Kedung Kandang. Kegiatan pelatihan mencakup demonstrasi penggunaan aplikasi Canva untuk membuat desain promosi, seperti poster, katalog, dan video pendek yang dapat diunggah ke media sosial. Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur berperan aktif sebagai fasilitator dalam pelatihan ini, memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam mencoba fitur-fitur Canva. Peserta diajarkan pula cara mengintegrasikan konten promosi yang telah dibuat ke dalam platform media sosial, seperti Instagram dan Facebook, untuk memperluas jangkauan pasar.

Tahap evaluasi melibatkan monitoring hasil pelatihan dengan mengamati penerapan Canva oleh UMKM dan memberikan masukan untuk perbaikan. Keberhasilan diukur berdasarkan perubahan kualitas konten promosi, interaksi media sosial, dan umpan balik dari pelaku UMKM. Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur diharapkan dapat memanfaatkan pengalaman ini untuk pengembangan pemberdayaan masyarakat melalui teknologi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan yaitu pelatihan penggunaan aplikasi canva yang dapat meningkatkan keterampilan desain grafis pelaku UMKM. Dengan menggunakan canva, masyarakat dapat membuat konten promosi yang menarik seperti poster, brosur, dan konten media sosial dengan lebih mudah dan cepat. Penggunaan canva pelaku UMKM untuk menghemat biaya yang biasanya dikeluarkan untuk jasa desain grafis. Masyarakat membuat desain sendiri tanpa perlu menyewa desainer, yang pada gilirannya mempercepat proses pemasaran produk. Dengan konten promosi yang lebih menarik dan profesional, daya saing produk UMKM meningkat



Gambar 1 Sosialisasi Penggunaan Aplikasi Canva

Proses sosialisasi pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Kedungkandang dilaksanakan melalui tahapan strategis yang dirancang untuk memastikan keterlibatan aktif para pelaku UMKM. Berdasarkan survei awal, ditemukan bahwa banyak pelaku usaha belum memanfaatkan media digital secara optimal untuk pemasaran. Kondisi ini menjadi alasan utama diadakannya sosialisasi tentang aplikasi Canva. Materi sosialisasi disusun secara sistematis agar peserta dapat memahami dan langsung mempraktikkan penggunaan Canva. Dalam sosialisasi ini, mahasiswa memperkenalkan aplikasi Canva kepada peserta, menjelaskan alasan utama pemilihan aplikasi tersebut, memberikan pelatihan pembuatan desain logo, serta mengarahkan peserta untuk memahami seluruh proses desain dari awal hingga selesai.

Langkah awal dalam pelaksanaan sosialisasi adalah melakukan pendataan pelaku UMKM di Kelurahan Kedungkandang. Pendataan ini bertujuan untuk mengidentifikasi jumlah peserta, jenis usaha yang mereka jalankan, serta kebutuhan mereka dalam pemasaran digital. Proses distribusi informasi mengenai kegiatan ini dilakukan dengan menggandeng pihak RT dan

komunitas UMKM setempat, sehingga informasi dapat tersampaikan secara efektif kepada para pelaku usaha yang menjadi target kegiatan.

Tabel 1 Data Peserta

No	Nama Peserta	Jenis Usaha	Kebutuhan Digital
1.	Ibu Rahma	Rempeyek	Logo
2.	Ibu Siti	Rempeyek	Logo dan Spanduk
3.	Ibu Azizah	Rempeyek	Logo
4.	Ibu Supmiati	Salad buah	Logo
5.	Ibu Novi	Salad buah	Spanduk
6.	Ibu Haryati	Salad buah	Logo
7.	Ibu Ratna	Sambal Pecal	Logo dan Spanduk
8.	Ibu Yanti	Sambal Pecal	Logo
9.	Ibu Menuk	Sambal Pecal	Spanduk
Total Peserta			9 Orang

Tahap Kedua, adalah tahap persiapan yang dilakukan mahasiswa adalah dengan membentuk tim pelaksana dibentuk untuk memastikan kegiatan berjalan lancar. Setiap anggota tim diberikan tanggung jawab spesifik, seperti:

Tabel 2 Tim Pelaksanaan

Koordinator Kegiatan	Melinda Aprilia Putri
Dokumentasi	Gabriela Marie Curie
Logistik	Alda Sylvia
Pemaparan Materi	Nurul Fadhillah, Lidya Andrianto

Mahasiswa juga menyediakan berbagai fasilitas dan peralatan yang diperlukan untuk mendukung kelancaran kegiatan. Di antaranya adalah laptop, microphone, akses internet yang stabil untuk mendukung penggunaan Canva secara online, spanduk acara, serta ruangan yang diatur dengan tikar agar nyaman bagi peserta. Selain itu, mahasiswa juga menyusun jadwal kegiatan secara rinci untuk memastikan semua tahapan berjalan sesuai rencana. Persiapan lainnya melibatkan koordinasi dengan pihak-pihak terkait, seperti Kepala RT dan komunitas UMKM Kedungkandang, guna mendukung publikasi serta kelancaran pelaksanaan kegiatan. Koordinasi ini bertujuan untuk memastikan lokasi, waktu, dan kebutuhan teknis lainnya terpenuhi dengan baik.

Pada tahap ketiga yaitu, pelaksanaan, kegiatan ini dihadiri oleh sembilan pelaku UMKM dari berbagai bidang kuliner, seperti produsen rempeyek, salad buah, dan sambal pecel. Sebagian besar peserta baru pertama kali diperkenalkan dengan aplikasi Canva, yang menunjukkan bahwa sosialisasi ini sangat relevan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam pemasaran digital.

Tabel 3 Rundown Kegiatan

Jam	Kegiatan
09.00 - 09.30	Pembukaan acara oleh Pak RT dan Alda
09.30 – 09.40	Pengenalan aplikasi Canva dan penggunaannya oleh Melinda
09.40 – 10.30	Praktik langsung pembuatan desain logo oleh Nurul
10.30 – 11.00	Tanya jawab dan evaluasi peserta oleh Lidya

Mahasiswa menjelaskan pentingnya pemasaran digital dan bagaimana canva dapat menjadi alat yang praktis untuk membantu UMKM meningkatkan daya saing. Dalam sesi ini, peserta diperlihatkan cara menggunakan canva, mulai dari pendaftaran, pemilihan template, hingga pembuatan desain visual. Peserta diberikan kesempatan untuk bertanya dan berbagi tantangan yang mereka hadapi dalam pemasaran produk, sehingga solusi langsung dapat diberikan. Setiap peserta diajak untuk mempraktikkan pembuatan materi promosi menggunakan

canva dengan bimbingan dari mahasiswa. Peserta diminta membuat desain logo berdasarkan jenis usaha masing-masing. Mahasiswa mengarahkan peserta untuk membuat design yang berkualitas dan menarik perhatian konsumen agar meningkatkan penjualan. Hal ini penting untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Adapun hasil logo yang sudah dibuat sebagai berikut



Gambar 2 Contoh Design Label

Selanjutnya masuk pada tahap Akhir yaitu Evaluasi, mahasiswa mengarahkan peserta untuk mengisi kuesioner guna mengevaluasi efektivitas sosialisasi dan mendeteksi yang memerlukan perbaikan. Beberapa UMKM yang menunjukkan potensi besar diberikan pendampingan lanjutan untuk mengimplementasikan strategi pemasaran yang lebih kompleks. Adapun evaluasi dari Ibu Siti mengenai penilaian kegiatan tentang penyampaian materi oleh mahasiswa dinilai baik. Waktu pelaksanaan yang cukup, materi yang sudah sesuai dengan kebutuhan UMKM Ibu Siti, kualitas fasilitas seperti laptop, internet dan microphone dinilai baik. Setelah sosialisasi dilakukan, Ibu Siti merasa lebih percaya diri untuk menggunakan canva setelah mengikuti kegiatan ini. Sosialisasi ini dinilai sangat bermanfaat untuk usaha UMKM Ibu Siti.



Gambar 3 Kegiatan Sosialisasi Aplikasi Canva

Meskipun ada banyak manfaat, beberapa pelaku UMKM masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital. Masalah seperti kurangnya pengetahuan teknis dan kreativitas dalam desain menjadi hambatan yang perlu diatasi melalui pelatihan berkelanjutan. Penerapan strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk penggunaan canva, memungkinkan UMKM untuk tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Digital marketing tidak hanya membantu dalam promosi tetapi juga dalam membangun brand awareness dan loyalitas pelanggan. Dengan meningkatnya kemampuan dalam menggunakan alat digital seperti canva, diharapkan UMKM di Kelurahan Kedungkandang dapat terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar, sehingga daya saing mereka akan terus meningkat seiring waktu.

Pemanfaatan aplikasi canva sebagai media digital marketing terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Kedungkandang. Melalui pelatihan dan penerapan strategi pemasaran digital, pelaku UMKM tidak hanya mampu menciptakan konten yang menarik tetapi juga memahami pentingnya pemasaran digital dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa investasi dalam pelatihan teknologi dan pemasaran digital adalah langkah penting untuk pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah di era digital saat ini.



Gambar 4 Foto Bersama Masyarakat Kedungkandang

Sebanyak 90% peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai konsep dasar digital marketing. Peserta berhasil membuat desain visual sederhana seperti logo menggunakan Canva. Pelaku UMKM mampu membuat materi promosi sendiri tanpa memerlukan jasa desainer profesional, sehingga menghemat biaya operasional. Hasil survei menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap materi pelatihan, dengan skor rata-rata 4.8/5.

UMKM perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi untuk bersaing di era digital. Pelatihan ini membuktikan bahwa Canva sebagai alat desain yang mudah diakses sangat relevan untuk mendukung transformasi tersebut. Canva terdapat beragam fitur gratis yang memungkinkan UMKM membuat konten visual tanpa memerlukan keahlian desain grafis. Hal ini menjadi solusi ideal bagi UMKM dengan keterbatasan sumber daya.

Visual yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk, yang secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan daya saing di pasar lokal maupun online. Beberapa UMKM mengalami kesulitan teknis seperti mengoperasikan perangkat teknologi dan koneksi internet yang tidak stabil. Namun, hambatan ini dapat diatasi melalui pendampingan berkelanjutan. Untuk hasil yang lebih optimal, pelatihan lanjutan mengenai strategi pemasaran digital yang lebih mendalam, seperti analitik media sosial dan manajemen iklan digital, dapat dilakukan.

Hasil dari kegiatan pemanfaatan aplikasi canva sebagai media digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di Kelurahan Kedungkandang adalah peningkatan pemahaman UMKM tentang digital marketing. Pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan memperoleh pemahaman lebih baik tentang konsep digital marketing dan bagaimana aplikasi seperti canva dapat dimanfaatkan untuk membuat konten promosi yang menarik. Masyarakat berhasil mempelajari cara membuat desain logo produk dengan menggunakan canva. Ini mempermudah UMKM memproduksi materi promosi tanpa memerlukan desainer profesional. Dengan menggunakan canva, UMKM dapat menghemat waktu dan biaya dibandingkan menggunakan software desain yang lebih kompleks atau jasa desainer eksternal.

Konten digital yang lebih menarik dan profesional membantu UMKM meningkatkan daya tarik produk atau jasa mereka di mata konsumen, sehingga meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun online. Kegiatan ini juga membuka peluang bagi para pelaku UMKM untuk saling berkolaborasi dalam strategi pemasaran digital, memperluas jejaring bisnis mereka. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa lebih percaya diri dalam menggunakan media digital untuk pemasaran. Beberapa UMKM juga melaporkan peningkatan jumlah pelanggan setelah menerapkan strategi pemasaran yang baru.

SIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pemanfaatan aplikasi canva sebagai media digital marketing dalam meningkatkan promosi produk UMKM di Kelurahan Kedungkandang adalah penerapan teknologi digital dalam strategi pemasaran UMKM terbukti efektif dalam meningkatkan efisiensi dan daya tarik promosi produk. Melalui pelatihan penggunaan aplikasi Canva, para pelaku UMKM mampu membuat desain promosi yang lebih menarik dan profesional, sehingga produk atau menarik oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S., Wibisono, D., & Setiawan, R. (2020). The Impact of Social Media Utilization on UMKM Sales Performance. *Journal of Digital Marketing*, 12(2), 135-147.
- Amrina, D. E. (2023). *Pemanfaatan aplikasi Canva untuk pembuatan iklan digital dalam program pengabdian masyarakat*. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3286-3295.
- Andivas, M., Trisnawati, H. T., Wijanarko, A. F., Ramadhani, A. A., & Sari, H. W. M. (2023). Pelatihan perancangan desain kemasan produk UMKM keripik pisang menggunakan perangkat lunak Canva. *Surya Abdimas*, 7(3), 450–457.
- Ardipraditiya, D. (2020). *Pengaruh desain grafis terhadap pemasaran digital UMKM*. *Jurnal Komunikasi dan Media*.
- Darmawan, A. (2022). *Strategi pemasaran digital berbasis teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing UMKM*. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(2), 45-58.
- Darmawan, A., & Laksamana, P. (2022). Pelatihan online content marketing dan desain bagi pemula dengan menggunakan aplikasi Canva. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 3(1), 32–39.
- Huda, N., Istiawan, D., Mahiruna, A., Sulistijanti, W., & Wijayaningrum, T. N. (2023). Pelatihan aplikasi Canva untuk meningkatkan kemampuan desain grafis anggota Perhimpunan Human Resources Development Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Intimas*, 3(2), 37–45.
- Jackson, N., & Ahuja, V. (2016). Dawn of the digital age and the evolution of the marketing mix. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 17(3), 170-186.
- Mutiarachim, A., & Tyoso, J. S. P. (2024). Pelatihan pembuatan media promosi mudah dan menarik dengan aplikasi Canva untuk UMKM di Desa Blerong Kabupaten Demak. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, 4(1), 1–9.
- Nurhayaty, E., Pramularso, E. Y., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. (2022). Pelatihan membuat media promosi sederhana dengan aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau. *Jurnal Abdimas BSI*, 5(1), 69–77.
- Purwati, Y., & Perdanawanti, L. (2019). Pelatihan desain menggunakan aplikasi Canva untuk anggota Komunitas Ibu Profesional Banyumas Raya. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 1(1), 42–51.
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva untuk Membuat Konten Gambar pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk UKM. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430-436.
- Siahaan, W. (2023). *Komunikasi pemasaran digital: Studi kasus pada UMKM berbasis media sosial*. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 6(1), 78-90.
- Smith, J. (2019). The Role of Digital Marketing in Small Business Growth. *International Journal of Marketing Studies*, 11(3), 45-60.
- Wibowo, A., Wahyudi, W., & Utari, D. R. (2021). Media Sosial Sebagai Solusi Pemasaran UMKM Yang Adaptif Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 4(6). <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/pkm/article/view/8148>. Winny Purbaratri. (2023). Laporan Akhir Program Kemitraan Masyarakat: Pembuatan Content untuk Promosi melalui Sosial Media menggunakan Aplikasi Canva. Institut Keuangan Perbankan & Informatika Asia – Perbanas.
- Wulandari, R. (2021). *Pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM di Indonesia*. *Jurnal Teknologi dan Inovasi*, 4(3), 123-136.