

Pelatihan Canva sebagai Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Branding Digital Produk Anggota ACSB Banjarsari Surakarta

Sumaryanto¹, Nadia Adriane Ricadonna², Nani Irma Susanti³,

Yofhi Septian Panglipurningrum⁴, Heriyanta Budi Utama⁵

^{1,2} Universitas Slamet Riyadi Surakarta, ^{3,4,5} Universitas Dharma AUB Surakarta

Email : sumaryanto@unisri.ac.id

ARTIKEL INFO

Keywords: Banjarsari MSMEs, Canva Training, visual design, digital empowerment, product branding

Received : 06, June

Revised : 18, July

Accepted: 21, July

©2025 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) anggota Dewan Asia untuk Usaha Kecil (ACSB) Kecamatan Banjarsari, Surakarta, menghadapi tantangan dalam branding dan pemasaran digital karena keterbatasan kemampuan desain visual. Survei awal menunjukkan bahwa 89% pelaku UMKM tidak familiar dengan Canva, dan 67% masih mengandalkan desain manual, sehingga produk mereka kurang kompetitif di pasar digital. Tema Canva dipilih karena potensinya yang besar untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui pelatihan desain grafis sederhana menggunakan Canva yang mudah diakses dan ramah pengguna. Metode layanan menggunakan Participatory Learning and Action (PLA) dengan tiga tahap: (1) pelatihan intensif Canva (membuat profil produk dan profil bisnis), (2) fasilitasi praktik langsung, dan (3) evaluasi melalui pre-test/post-test. Peserta terdiri dari 15 UMKM yang terdiri dari 74% perempuan di sektor kuliner, fesyen, dan kriya. Hasilnya, 87% peserta mengalami peningkatan keterampilan desain, dan 74% berhasil membuat materi promosi secara mandiri. Tantangan utamanya adalah keterbatasan perangkat dan akses internet. Pelatihan Canva efektif meningkatkan kapasitas visual UMKM dengan biaya rendah. Keberlanjutan program ini direkomendasikan melalui pendampingan berkelanjutan dan replikasi ke UMKM lainnya.

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian nasional, dengan kontribusi terhadap PDB Indonesia mencapai 60,5% dan penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% dari total tenaga kerja nasional (Hamza & Agustien, 2019); (Vinet & Zhedanov, 2011). Di era digital, UMKM dihadapkan pada tantangan adaptasi teknologi untuk branding, pemasaran, dan pengemasan produk. Pemanfaatan teknologi sederhana seperti Canva dapat memperkuat visualisasi produk yang kompetitif (Tiani et al., 2024); (Desa & Kecamatan, 2024) dalam hal pemasaran dan visualisasi produk (Setiyawati, 2020). Kecamatan Banjarsari Surakarta, sebagai salah satu wilayah urban dengan kepadatan penduduk tinggi (lebih dari 77.000 jiwa), memiliki lebih dari 2.089 pelaku UMKM aktif, tersebar di sektor kuliner, fesyen, kerajinan, dan jasa rumahan (Laporan Pengabdian, 2024). Mayoritas pelaku usaha merupakan perempuan produktif dan generasi muda, yang memiliki potensi adaptif terhadap digitalisasi bila didukung pelatihan yang tepat. Profil demografis tersebut menunjukkan peluang strategis untuk intervensi teknologi sederhana, seperti Canva, guna mendongkrak daya saing visual dan branding produk. Pelatihan desain grafis praktis tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha mikro, tetapi juga memberdayakan ekonomi berbasis

komunitas.

Hasil asesmen dari kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa dari 35 UMKM anggota komunitas Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (ACSB) Banjarsari, 89% belum mengenal atau menggunakan aplikasi desain digital seperti Canva, sementara 67% mengaku masih menggunakan desain kemasan dan promosi yang dibuat manual (Laporan Pengabdian, 2024). Rendahnya kemampuan visualisasi ini menyebabkan produk mereka tampak kurang profesional dan sulit bersaing, terutama di pasar digital. Penelitian lain menunjukkan bahwa kemampuan desain sederhana dapat meningkatkan persepsi kualitas produk dan kepercayaan konsumen secara signifikan (Londa et al., 2023); (Sulastri et al., 2022). Dengan karakteristik demografi yang relatif muda dan melek teknologi, Banjarsari memiliki potensi besar sebagai percontohan pemberdayaan UMKM digital berbasis desain visual. Hal ini menjadi peluang strategis untuk mempercepat akselerasi UMKM “naik kelas” melalui pemanfaatan alat desain yang sederhana dan efisien.

Berbagai studi telah menunjukkan bahwa pelatihan berbasis teknologi digital mampu meningkatkan daya saing UMKM. Noptrina dan Nurcholis (2023) melaporkan peningkatan omzet sebesar 25% pada UMKM setelah mendapatkan pelatihan digital branding menggunakan tools gratis (Nurcholis et al., 2023). Canva sebagai platform desain grafis berbasis cloud menawarkan akses mudah, template profesional, dan antarmuka ramah pengguna, sangat cocok bagi pelaku UMKM yang minim keterampilan desain (Tiani et al., 2024); (Desa & Kecamatan, 2024); (Setiyawati, 2020).

Banyak pelatihan digital telah dilakukan, penelitian yang secara spesifik mengevaluasi efektivitas Canva dalam membantu pelaku UMKM “naik kelas” masih sangat terbatas, khususnya dalam konteks komunitas kewirausahaan seperti Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (ACSB) di wilayah perkotaan tingkat kecamatan. Sebagian besar studi berfokus pada digital marketing secara umum, tanpa mengeksplorasi efektivitas alat berbasis visual desain secara langsung (Gustavianto et al., 2016); (Rekatama, 2018).

Kurangnya penguasaan desain grafis oleh pelaku UMKM anggota Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (ACSB) Banjarsari menyebabkan keterbatasan dalam menampilkan produk secara profesional, sehingga menghambat pertumbuhan penjualan dan mempersempit akses pasar. Jika dibiarkan, UMKM akan terus tertinggal dalam transformasi digital, kehilangan peluang bersaing di pasar daring yang kini mendominasi perilaku konsumen.

Kegiatan PKM ini bertujuan untuk:

- a. Menyediakan pelatihan penggunaan Canva bagi anggota Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (ACSB).
- b. Meningkatkan kemampuan desain produk secara visual.
- c. Mengukur dampak pelatihan terhadap persepsi nilai produk dan potensi peningkatan omzet.

Akademik: Penelitian ini berkontribusi dalam literatur pengabdian kepada masyarakat berbasis teknologi visual dan desain digital untuk UMKM skala komunitas.

Praktis: Model pelatihan Canva yang diterapkan dapat direplikasi oleh komunitas UMKM lainnya di Indonesia untuk meningkatkan kualitas visual dan branding produk dengan biaya rendah.

Kecamatan Banjarsari di Kota Surakarta memiliki 11.157 unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang beroperasi. Data ini mencakup tiga kategori usaha:

1. Usaha Mikro: Terdapat 11.138 unit.
2. Usaha Kecil: Terdapat 18 unit.
3. Usaha Menengah: Terdapat 3 unit.



Gambar 1. Tampilan Pada Web Produk UMKM Kecamatan Banjarsari

B. METODE PENGABDIAN



Gambar 2. Metode PKM

1. Persiapan Awal

Tahapan ini dimulai dengan observasi lapangan dan pengumpulan data awal di lingkungan UMKM Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (ACSB) di wilayah Banjarsari, Surakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara singkat, survei profil usaha, dan diskusi kelompok untuk memetakan potensi, tantangan, serta kebutuhan pelatihan desain digital. Hasil asesmen menunjukkan bahwa 89% anggota belum mengenal aplikasi Canva, dan sebagian besar masih menggunakan desain manual. Metode Kegiatan PKM, dilaksanakan dengan menggunakan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) yaitu menggabungkan pembelajaran dan tindakan untuk mencapai perubahan sosial (et al., 2020).

2. Penyuluhan dan Pelatihan

Setelah pemetaan awal, dilakukan penyuluhan terkait pentingnya branding visual dan kemasan digital dalam bisnis mikro. Tahapan ini menggunakan pendekatan Transfer of Knowledge and Technology (ToKT), dengan fokus pada penguasaan aplikasi Canva untuk membuat label, poster, katalog digital, dan media promosi lainnya. Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk presentasi, demonstrasi langsung, dan praktik individu. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan desain visual peserta (Sulartri, 2025); (Kusnawan & Nur, 2021); (Mantja et al., 2024).

3. Pendampingan dan Implementasi

Pada tahap ini, peserta didampingi dalam pembuatan desain aktual untuk usaha mereka. Dengan pendekatan Action Learning, pelaku UMKM didorong untuk belajar dari praktik langsung, kemudian diberikan umpan balik oleh tim pelaksana. Proses coaching dilakukan dalam kelompok kecil dan personal, mencakup revisi desain, pemilihan warna, tipografi, hingga penggunaan desain untuk konten promosi. Kegiatan ini juga memperkenalkan cara unggah konten ke Instagram dan platform e-commerce sederhana. Evaluasi dilakukan secara berkala untuk memastikan keterampilan benar-benar diaplikasikan (Irianto & Hidayah, 2020); (Rospia et al., 2022); (Kamaruddin et al., 2024).

4. Evaluasi dan Rencana Tindak Lanjut

Setelah pendampingan, dilakukan evaluasi menyeluruh melalui metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Kuesioner digunakan untuk mengukur perubahan kemampuan desain peserta, dan observasi visual digunakan untuk mengevaluasi kualitas desain sebelum dan sesudah pelatihan. Hasilnya menunjukkan bahwa 87% peserta mengalami peningkatan pemahaman, dan 74% berhasil membuat materi promosi sendiri menggunakan Canva. Rencana tindak lanjut berupa pembentukan grup WhatsApp pendampingan mandiri dan penyusunan katalog digital kolektif UMKM Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (Asia Council For Small Business (ACSB) [(Purnamasari & Arifin, 2022); (Purnamasari et al., 2023); (Tuharea et al., 2023)]).

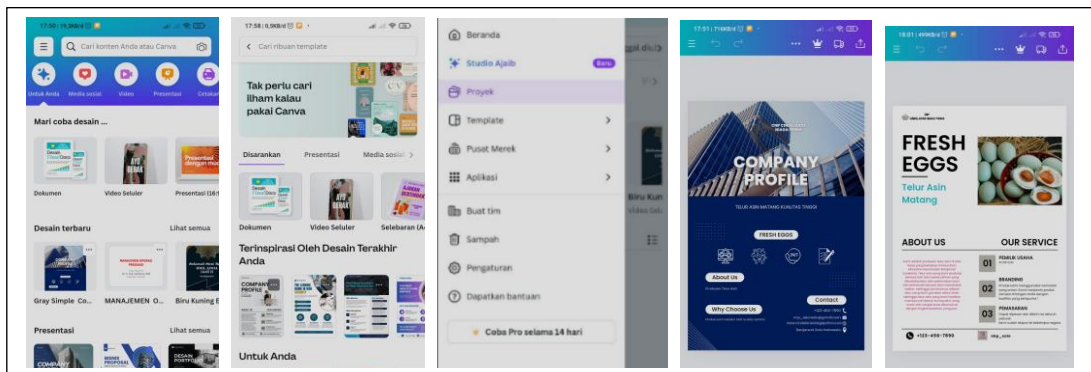
5. Sustainability dan Replikasi Program

Untuk menjamin keberlanjutan, dibentuk kelompok kerja internal Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (ACSB) yang mengelola hasil pelatihan dan mendokumentasikan desain-desain anggota. Pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) digunakan dalam proses ini, yaitu dengan menggali potensi lokal (bakat desain, usaha kreatif) dan menjadikannya fondasi pengembangan berkelanjutan. Program ini juga dirancang sebagai model replikasi untuk komunitas UMKM lainnya di Kota Surakarta yang memiliki karakteristik serupa (Yuwana, 2022); (Umam et al., 2024); (Aulia et al., 2023).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

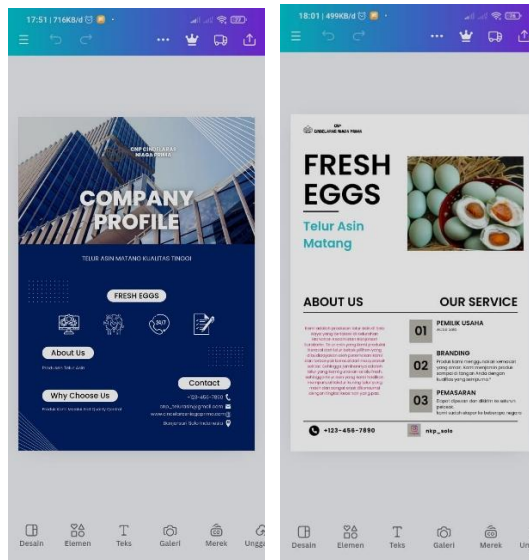
Berdasarkan pelaksanaan dan refleksi kegiatan:

- Tidak diperlukan latar belakang desain profesional.
- Dibutuhkan akses ke perangkat digital (laptop atau HP) dan koneksi internet.
- Kemampuan literasi digital dasar seperti membuka browser, login akun, dan drag-and-drop sangat membantu.
- Peserta yang memiliki produk fisik untuk dipromosikan lebih cepat memahami penerapan desain dalam konteks nyata.
- Motivasi untuk mencoba dan mengulang desain menjadi faktor paling berpengaruh dalam penguasaan.

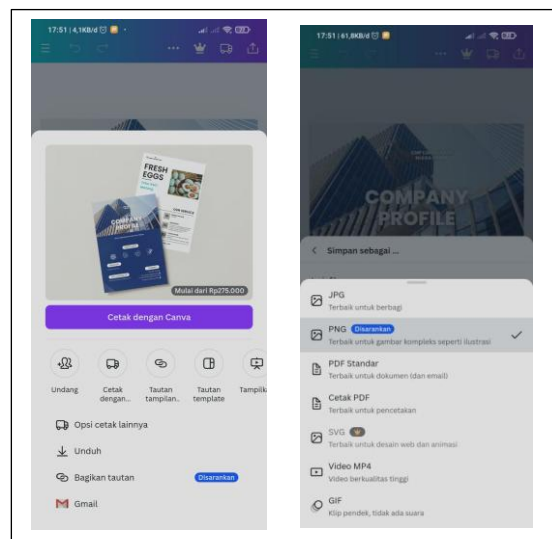


Gambar 3. Hasil Profile Company dan Profile Produk di SmartPhone

Dari kiri ke kanan: Pada Beranda Canva, Pilih icon baris kiri atas akan menemukan Menu proyek yang telah dibuat. Di halaman pertama akan ditampilkan slide Company Profile dan di halaman ke 2 jika digeser ke kanan akan tampil Profile produk. Dalam pelatihan ini hanya dibuat 2 Slide.



Gambar 4. Profile Company dan Profile Produk Pada SamrtPhone

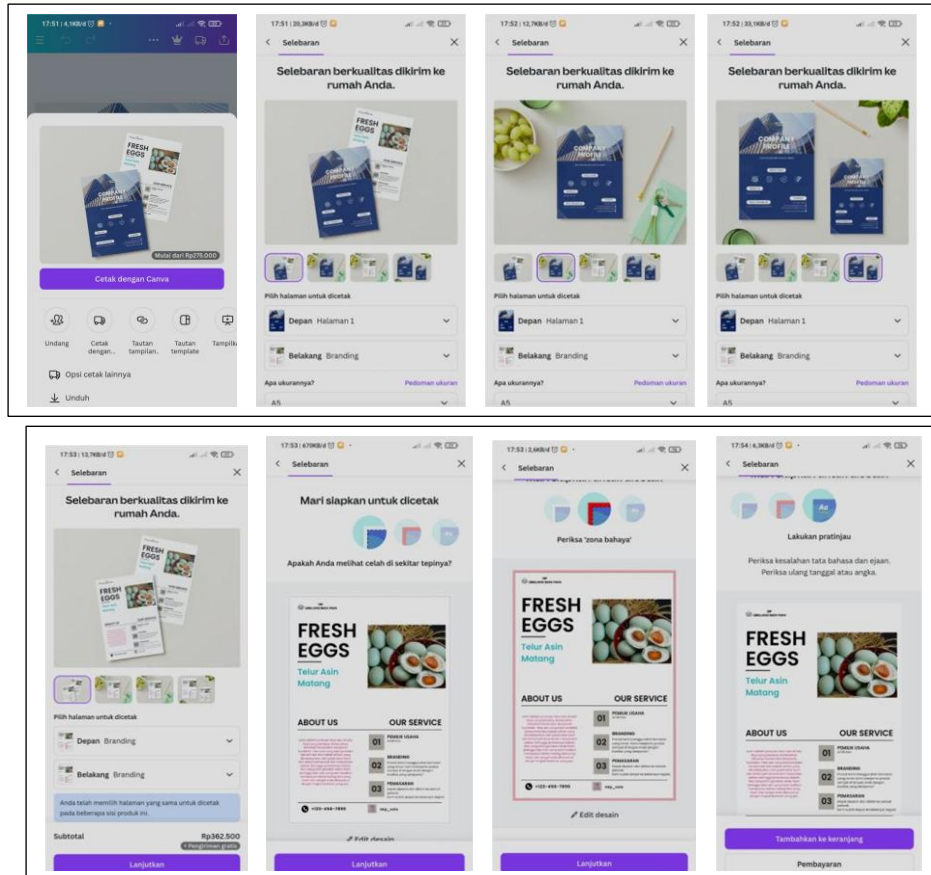


Gambar 5. Beberapa pilihan penyimpanan dalam Canva

Pada gambar 5 hasil pekerjaan dapat disimpan dengan beberapa cara seperti tampak ada dalam gambar menu yang dapat dipilih dalam bentuk JPG, PNG, PDF Cetak PDF Video MP4 atau GIF. Atau dapat juga langsung dikirim melalui email atau melalui menu bagikan tautan ataupun undang teman atau kostumer.

Pelaksanaan Kegiatan PKM dilakukan dengan menggunakan metode *Participatory Learning and Action* (PLA) yaitu menggabungkan pembelajaran dan tindakan untuk mencapai perubahan sosial (et al., 2020). Kegiatan dilakukan di sekretariat Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (ACSB) Surakarta Jl. Pisang Manahan Solo. Pelaksanaan pendampingan pada hari Selasa tanggal 24 Mei 2024 Pukul 13.00 WIB. Kegiatan tersebut diikuti UMKM yang termasuk anggota dari Asia Council for Small Business (Asia

Council for Small Business (ACSB) Distrik Banjarsari Surakarta sebanyak 15 peserta. Pelatihan dilakukan dengan cara memberikan materi tentang pentingnya Profile Usaha Dan Profile Produk bagi UMKM. Materi yang diberikan meliputi manfaat memiliki Profile Usaha Dan Profile Produk, Materi Canva dan pembuatan Profile Usaha Dan Profile Produk menggunakan Canva.



Gambar 6. Hasil Pekerjaan dapat dicetak oleh pihak Canva-Halaman ProfileUsaha



Gambar 7. Tim PKM dan Peserta Kegiatan

1. Profil Peserta Pelatihan

Pelatihan ini diikuti oleh 15 pelaku UMKM yang tergabung dalam komunitas Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (ACSB) di Kecamatan Banjarsari, Surakarta. Mayoritas peserta adalah perempuan (74%), dengan rentang usia antara 25–45 tahun, dan bergerak dalam bidang usaha kuliner, fesyen, dan kerajinan. Sebanyak 63% peserta belum pernah mengikuti pelatihan desain digital sebelumnya, dan 89% belum mengenal Canva sebelum program dimulai.

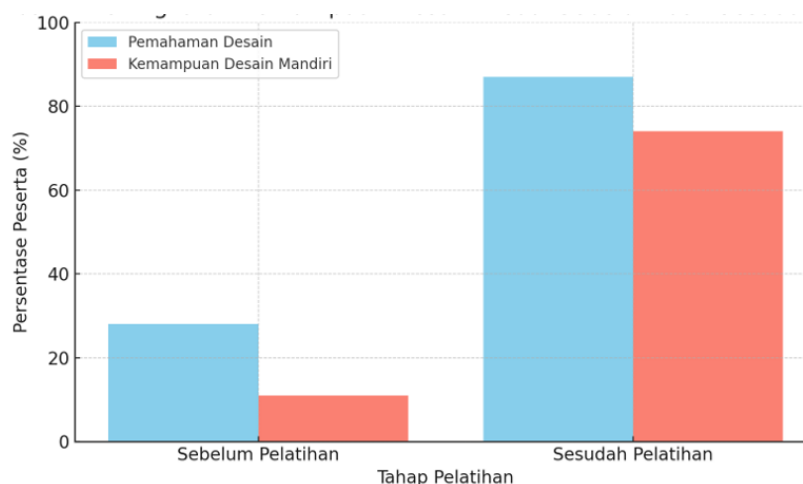
Tabel 1. Profil Peserta Pelatihan

Keterangan	Jumlah	Persentase
Total peserta	35	100%
Perempuan	26	74%
Usia 25–45 tahun	29	83%
Belum pernah ikut pelatihan desain	22	63%
Belum mengenal Canva	31	89%

2. Peningkatan Kemampuan Desain Visual

Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memahami prinsip desain dasar seperti layout, tipografi, dan pemilihan warna. Setelah pelatihan, dilakukan post-test dan observasi produk desain yang mereka hasilkan. Hasil utama:

- 87% peserta mengalami peningkatan pemahaman desain berdasarkan hasil post-test.
- 74% peserta mampu membuat desain mandiri, seperti label produk, katalog digital, dan poster promosi.
- 5 peserta lengkap telah membuat profil produk dan profil usahanya.



Gambar 8. Peningkatan Kemampuan Desain Visual Sebelum dan Sesudah Pelatihan

3. Dampak Terhadap Branding dan Promosi Produk

Sebagian besar peserta menyatakan bahwa desain hasil pelatihan langsung digunakan dalam promosi usaha, seperti di media sosial, katalog, dan banner produk.

Tabel 2. Dampak Terhadap Branding dan Promosi Produk

Indikator	Jumlah Peserta	Persentase
Menggunakan desain Canva untuk label produk	26	74%
Menggunakan desain untuk media sosial	20	57%
Membuat katalog digital	11	31%
Mengikuti revisi desain	35	100%

4. Pembentukan Katalog Digital dan Kelompok Kerja

Sebagai hasil lanjutan dari program ini:

- Dibentuk grup WhatsApp untuk diskusi dan saling berbagi desain antarpeserta.
- Disusun katalog digital kolektif Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (ACSB) yang memuat 15 produk usaha peserta dengan desain baru hasil pelatihan.
- Beberapa anggota komunitas mulai menawarkan jasa desain ringan kepada UMKM lain di sekitar Banjarsari.

5. Keberhasilan Program

Berdasarkan evaluasi tim pelaksana dan feedback dari peserta, indikator keberhasilan utama dari kegiatan ini meliputi:

- Antusiasme tinggi dalam praktik langsung,
- Peningkatan signifikan dalam keterampilan visual,
- Keberhasilan penerapan desain ke dalam praktik bisnis sehari-hari.

Tantangan yang dapat diidentifikasi adalah beberapa peserta mengalami keterbatasan perangkat (HP/smartphone yang tidak menunjang sehingga proses lama) dan akses internet tidak stabil saat sesi pelatihan daring.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan penggunaan Canva untuk peningkatan kualitas desain visual produk UMKM Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (ACSB) Banjarsari, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

- Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta terhadap prinsip dasar desain visual. Sebanyak 87% peserta mengalami peningkatan pengetahuan desain dan 74% mampu membuat materi promosi secara mandiri seperti label produk, katalog digital, dan konten media sosial.
- Pelatihan Canva menunjukkan efektivitas dalam mendorong branding produk lokal menjadi lebih menarik dan kompetitif di pasar digital, terutama bagi pelaku usaha mikro yang belum pernah mengenal desain grafis sebelumnya.
- Kelebihan dari program ini adalah pendekatan berbasis *Participatory Learning and Action* (PLA) yaitu menggabungkan pembelajaran dan tindakan untuk mencapai perubahan sosial, metode pembelajaran praktis (ToKT dan action learning), serta partisipasi aktif peserta yang memungkinkan pembelajaran berlangsung secara kontekstual dan adaptif.
- Kekurangan yang dihadapi meliputi keterbatasan akses perangkat (beberapa peserta hanya memiliki smartphone), keterbatasan waktu praktik, serta kendala teknis seperti akses internet yang tidak stabil, yang mempengaruhi efektivitas sesi pelatihan daring.

- e. Program ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut, baik melalui replikasi ke komunitas UMKM lain di wilayah Surakarta maupun dengan penambahan materi lanjutan, seperti desain untuk marketplace, copywriting promosi, dan manajemen konten media sosial.

Agar kegiatan pengabdian semacam ini dapat memberikan dampak yang lebih optimal dan berkelanjutan, beberapa hal berikut perlu menjadi perhatian:

- a. Pertama, diperlukan penyesuaian intensitas dan durasi pelatihan, khususnya dengan memperpanjang waktu praktik dan pendampingan agar peserta memiliki cukup waktu untuk mengeksplorasi desain secara mandiri. Kedua, fasilitas pendukung seperti perangkat laptop dan jaringan internet stabil perlu disiapkan atau difasilitasi oleh komunitas atau mitra eksternal agar tidak menjadi hambatan dalam pelatihan berbasis digital.
- b. Ketiga, untuk meningkatkan keberlanjutan hasil pelatihan, disarankan agar komunitas Asia Council for Small Business (Asia Council for Small Business (ACSB) membentuk tim internal yang bertugas sebagai fasilitator lokal, sehingga anggota dapat terus belajar dan berbagi secara mandiri setelah program selesai. Keempat, program ini sebaiknya dikembangkan dalam bentuk pelatihan lanjutan seperti copywriting promosi, integrasi desain dengan platform marketplace, dan strategi pemasaran digital terpadu agar UMKM benar-benar siap bersaing di era industri kreatif digital.
- c. Ke empat, kolaborasi lintas sektor seperti dengan perguruan tinggi, dinas UMKM, dan pelaku industri kreatif digital lokal sangat penting untuk memperluas jangkauan, kualitas, dan kesinambungan program pengabdian semacam ini di masa mendatang.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Slamet Riyadi Surakarta melalui LP2M Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Bapak Edi Suhardi Ketua ACSB Surakarta dan anggota yang telah memberi dukungan terhadap keberhasilan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- ACSB Jawa Tengah. (2025). *Tentang ACSB Jawa Tengah*. <https://acsbjateng.Com/about-Us/>
<https://acsbjateng.com/about-us/>
- Adelia Astriani, M. A. K. (2025). *Efektifitas Canva Sebagai Media Pembelajaran Interaktif Qur 'an dan Hadis di Program Studi PAI Universitas*. 2(1), 22–33.
- Astianto, E. R., Azalia, K. D. N., Palit, N. E., Siagian, R. A. C., Siregar, R. A. H., & Saripudin, A. (2023). Penggunaan Merek Atas Peningkatan Pendapatan Dan Perlindungan Hukum Terhadap Merek UMKM Sego Pedes Basman. *Jurnal Hukum Dan Sosial Politik*. <https://doi.org/10.59581/jhsp-widyakarya.v2i1.2110>
- Desa, D. I., & Kecamatan, K. (2024). *Meningkatkan Branding Desa Karangmukti Melalui Pengembangan E-Commerce Desa Untuk Umkm Lokal*. 2(2), 71–77.
- Effendi, M. I., Mutmainnah, S., Nurjanah, N., Annaqita, S., & Ningtyas, S. W. (2024). Contribution of Canva For Education In Enhancing Students' Creativity and Presentation Skills. *PINUS: Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran*, 9(2), 13–26. <https://doi.org/10.29407/pn.v9i2.21839>
- Gehred, A. P. (2020). Canva. *Journal of the Medical Library Association*, 108(2), 338–340.

- <https://doi.org/10.5195/jmla.2020.923>
- Gustavianto, M., Suprayogi, A., & Wijaya, A. (2016). Aplikasi Sistem Informasi Geografis (Sig) Persebaran Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Web (Studi Kasus : Kota Salatiga). *Jurnal Geodesi Undip*, 5(1), 49–56.
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>
- Indah. (2023). *Asia Council for Small Business (ASCB) Indonesia Berdayakan UMKM. Women's Obsession*. <https://www.womensobsession.com/detail/1809/asia-council-for-small-business-ascb-indonesia-berdayakan-umkm>
- Londa, E. T., Lengkong, F., & Mambo, R. (2023). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Tomohon. *JURNAL ADMINISTRASI PUBLIK*. <https://doi.org/10.35797/jap.v9i3.48155>
- Maulita Ayubi Rachma, & Ratih Mukti Azhar. (2023). Pemberdayaan UMKM Melalui Sosialisasi dan Pelatihan Pembukuan Keuangan Sederhana pada UMKM Kampung Kue RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 88–103. <https://doi.org/10.58192/karunia.v2i3.1144>
- Miranda, C., & Enciso, L. (2023). Use of Canva as a communication tool in the educational process through infographics. *2023 18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, 1–6. <https://doi.org/10.23919/CISTI58278.2023.10211654>
- Muhajir, M., Sarwendah, A., & Bin Ibrahim, A. (2024). Utilization of Canva for education to improve learning effectiveness of vocational students. *Research and Development in Education (RaDeN)*, 4(1), 698–708. <https://doi.org/10.22219/raden.v4i1.32808>
- Nurcholis, A. W., Noptrina, N., & Wibisono, D. (2023). Pengembangan Umkm Melalui Digitalisasi Sebagai Media Promosi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(6), 5912. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i6.19352>
- Pujianto, P., Rahman, A., Lindawati, L., Kenamon, M., & Efrianti, R. (2022). Perancangan Platform Inkubator Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Kompetensi Pelaku Umkm Untuk Menggerakkan Perekonomian Indonesia. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 5(2), 127. <https://doi.org/10.21927/ijubi.v5i2.2668>
- Putri Salsabila Indrawan Lubis, & Rofila Salsabila. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Raharjo, D. A. N., & Endang Sri Mulyani. (2020). Resiliensi Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Kebijakan Pemerintah di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Utilitas*, 6(2), 1–8. <https://doi.org/10.22236/utilitas.v6i2.5250>
- Rekatama, F. A. (2018). *Pengembangan Sistem Informasi Pemetaan Sebaran UMKM Berbasis SIG Dalam Platform WEb Dengan Menerapkan Framework Laravel*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Setiyawati, N. (2020). Marketplace Larisumkm.Com Sebagai Alat Peningkatan Promosi Umkm Di Kota Salatiga. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 696. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i1.3376>
- Sugiarni, Widiastuti, D. E., & Tahrin. (2024). The implementation of Canva as a digital learning tool in English learning at vocational school. *English Learning Innovation*, 5(2), 264–276. <https://doi.org/10.22219/englie.v5i2.34839>
- Suhaili, M., & Sugiharsono, S. (2019). Role of MSME in Absorbing Labor and Contribution to GDP. *Economics Development Analysis Journal*. <https://doi.org/10.15294/edaj.v8i3.35229>
- Sulastri, S., Adam, M., Saftiana, Y., Nailis, W., & Putri, Y. H. (2022). Pelatihan Dan

-
- Pendampingan Penyusunan Rencana Bisnis Model Kanvas Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 121. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6120>
- Sunuantari, M., Zarkasi, I. R., Gunawan, I., & Farhan, R. M. (2021). R-TIK Digital Literacy towards Indonesian MSMEs (UMKM) Digital Energy of Asia. *Komunikator*, 13(2), 175–187. <https://doi.org/10.18196/jkm.12380>
- Tiani, R., Falah, F., Cahyani, F. D., & Puspita, Y. (2024). Pengembangan Umkm Asep Tempe Melalui Teknologi Digital Dan Strategi Inovasi Di Desa Rembun Pekalongan. *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 113–119. <https://doi.org/10.14710/hm.8.2.113-119>
- Vinet, L., & Zhedanov, A. (2011). A “missing” family of classical orthogonal polynomials. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1–8. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Agustian, H. et al. (2019). *Pembuatan Profil Produk Untuk Pemasaran Barang Dan Jasa Bagi UP2K-PKK*. KACANEGARA. <https://doi.org/10.28989/kacaneegara.v2i2.447>
- Alfian, A. N. et al. (2022). *Pemanfaatan Media Pembelajaran Audio Visual Berbasis Aplikasi Canva*. <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/Jabdimas>
- Fikri, A., Yogi Riantama, M., Ananda Hasibuan, R., Keguvaruan dan Ilmu Pendidikan, F., & Riau, U. (n.d.). *PELATIHAN ADAPTASI TEKNOLOGI MELALUI PENYUSUNAN E-MODUL DENGAN MENGGUNAKAN FLIP PDF CORPORATE EDITION*.
- Hesniati, H., & Ellen, E. (2024). Pembuatan Company Profile pada PT Win Keramindo Jaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 1414–1425. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2353>
- Prihandini, A., & Seba, N. (2022). PENYUSUNAN COMPANY PROFILE BAGI UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/ppm.44.708>
- Putra, Y. K., Sadali, M., Fathurrahman, F., & Mahpuz, M. (2020). Pelatihan uji kompetensi keahlian siswa sekolah kejuruan menggunakan metode Participatory Learning and Action (PLA). *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(2), 46–52. <https://doi.org/10.29408/ab.v1i2.2772>