

IMPLEMENTASI STRATEGI VISUAL BRANDING BERBASIS PELATIHAN DESAIN GRAFIS PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) ROTI BAKAR BOGASARI TEMBILAHAN

Zulrahmadi¹, Muhammad Jibril², Fitri Yunita³, Muhammad Amin⁴, Syafrizal Taher⁵

¹Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Indragiri

²³Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

⁴Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

⁵Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

email: zulrahmadi@gmail.com

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan kreativitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam bidang desain grafis sebagai upaya penguatan branding usaha melalui pemanfaatan aplikasi Canva. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh pentingnya tampilan visual yang menarik dalam mendukung strategi pemasaran UMKM di era digital. Pelatihan dilaksanakan secara terstruktur dengan memberikan pemahaman mengenai prinsip dasar desain grafis serta pemanfaatan fitur-fitur Canva yang mudah digunakan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kualitas desain visual yang dihasilkan oleh pelaku UMKM, khususnya dalam pembuatan desain spanduk yang diterapkan langsung pada UMKM Roti Bakar Bogasari di Kelurahan Tembilihan Barat. Penerapan desain grafis tersebut berkontribusi terhadap peningkatan citra usaha dan daya tarik produk di mata konsumen. Program ini diharapkan dapat menjadi model pelatihan yang berkelanjutan dalam mendukung peningkatan branding dan daya saing UMKM di wilayah lain.

Kata kunci: *UMKM, Desain Grafis, Branding, Pelatihan, Canva.*

Abstract

This community service program aims to enhance the creativity and graphic design skills of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) as an effort to strengthen business branding through the use of the Canva application. The program is motivated by the growing importance of attractive visual presentation in supporting MSME marketing strategies in the digital era. The training was conducted in a structured manner by introducing basic principles of graphic design and the practical use of Canva's user-friendly features. The results indicate an improvement in the quality of visual designs produced by MSME participants, particularly in the creation of banner designs that were directly implemented by Roti Bakar Bogasari MSME located in Tembilihan Barat Village. The application of graphic design contributed to enhancing the business image and increasing product appeal to consumers. This program is expected to serve as a sustainable training model to support branding enhancement and competitiveness of MSMEs in other regions.

Keywords: *MSMEs, Graphic Design, Branding, Training, Canva.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan strategi pemasaran produk. Digitalisasi mendorong terjadinya pergeseran pola pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran berbasis digital yang menitikberatkan pada kecepatan informasi, jangkauan pasar yang luas, serta kekuatan visual dalam menarik perhatian konsumen [1]. Dalam konteks persaingan usaha yang semakin ketat, khususnya di sektor kuliner, kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media visual menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan pemasaran dan penguatan citra merek.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal [2]. Namun demikian, UMKM masih dihadapkan pada berbagai permasalahan struktural, salah satunya adalah keterbatasan sumber daya manusia dan rendahnya penguasaan keterampilan pemasaran berbasis teknologi. Banyak

pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan media pemasaran secara optimal, khususnya dalam hal desain grafis dan promosi visual, sehingga produk yang dihasilkan kurang memiliki daya tarik dan identitas merek yang kuat di mata konsumen [3].

Branding merupakan salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran UMKM. Branding tidak hanya berkaitan dengan logo atau nama usaha, tetapi juga mencakup keseluruhan citra yang melekat pada produk, termasuk desain kemasan, spanduk, poster promosi, serta konsistensi visual yang ditampilkan [4]. Desain grafis berperan sebagai media komunikasi visual yang efektif karena mampu menggabungkan elemen gambar, teks, dan warna untuk menyampaikan pesan secara menarik dan persuasif [5]. Oleh karena itu, penguasaan desain grafis menjadi kebutuhan yang mendesak bagi pelaku UMKM agar mampu bersaing dengan produk-produk dari perusahaan besar yang telah memiliki standar pemasaran visual yang lebih mapan.

Seiring dengan perkembangan teknologi digital, berbagai aplikasi desain grafis berbasis daring telah hadir dan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat. Salah satu aplikasi yang banyak digunakan adalah Canva, yang menawarkan kemudahan penggunaan, beragam template desain, serta fitur yang mendukung pembuatan media promosi secara cepat dan profesional [6]. Berbagai kegiatan pelatihan dan pendampingan menunjukkan bahwa pemanfaatan Canva mampu meningkatkan kreativitas, keterampilan desain, serta kepercayaan diri pengguna dalam menghasilkan materi promosi yang menarik [7]. Aplikasi ini dinilai sangat relevan untuk digunakan oleh pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam keterampilan teknologi dan desain grafis.

Pelatihan desain grafis berbasis Canva merupakan salah satu bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pemberdayaan UMKM. Melalui pelatihan yang terstruktur dan aplikatif, pelaku UMKM tidak hanya diberikan pemahaman teknis mengenai penggunaan aplikasi, tetapi juga dibekali wawasan tentang pentingnya visualisasi produk, konsistensi identitas merek, serta strategi promosi yang efektif [8]. Pendampingan dalam pembuatan logo, spanduk, dan media promosi lainnya terbukti mampu meningkatkan kualitas tampilan produk serta memperkuat citra usaha UMKM [9].

UMKM Roti Bakar Bogasari merupakan salah satu pelaku usaha kuliner yang memiliki potensi untuk berkembang, namun masih menghadapi kendala dalam aspek branding dan promosi visual. Media promosi yang digunakan masih bersifat sederhana dan belum mencerminkan identitas merek yang kuat, sehingga kurang optimal dalam menarik minat konsumen. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi berupa pelatihan dan penerapan desain grafis yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik UMKM [10]. Dengan adanya pelatihan desain grafis menggunakan aplikasi Canva, diharapkan pelaku UMKM Roti Bakar Bogasari mampu meningkatkan kualitas media promosi, memperkuat branding usaha, serta meningkatkan daya saing produk di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Selain berdampak pada peningkatan kualitas promosi, pelatihan desain grafis juga diharapkan dapat mendorong peningkatan pengetahuan, kreativitas, dan kemandirian pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara berkelanjutan [11]. Kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya berorientasi pada hasil jangka pendek berupa produk desain, tetapi juga pada penguatan kapasitas pelaku UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital [12]. Dengan demikian, pelatihan dan penerapan desain grafis melalui Canva menjadi strategi yang relevan dan aplikatif dalam mendukung penguatan branding UMKM Roti Bakar Bogasari serta pengembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan [13].

2. METODE

Metode pelatihan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan terpadu yang menggabungkan pemberian materi secara teoritis dan praktik langsung di lapangan. Kegiatan pelatihan diawali dengan pemaparan konsep dasar desain grafis, prinsip komunikasi visual, serta pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media pendukung branding usaha. Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan praktik pembuatan desain spanduk yang dilaksanakan melalui pendampingan secara langsung. Peserta pelatihan berjumlah 34

mahasiswa Universitas Islam Indragiri, dengan tenaga pengajar dan pendamping berasal dari dosen Universitas Islam Indragiri.

Tahap awal kegiatan dimulai dengan pengisian formulir kebutuhan oleh pemilik UMKM Roti Bakar Bogasari. Tahap ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara rinci kebutuhan branding UMKM, meliputi preferensi desain, pemilihan warna, elemen visual, serta konten teks yang akan ditampilkan pada spanduk. Informasi yang diperoleh pada tahap ini menjadi dasar utama dalam proses perancangan desain agar sesuai dengan karakter usaha dan citra merek yang ingin dibangun.

Tahap berikutnya adalah tahap survei lapangan, yang dilakukan secara langsung ke lokasi UMKM Roti Bakar Bogasari. Survei ini bertujuan untuk mengetahui kondisi lingkungan usaha, menentukan titik pemasangan spanduk yang strategis, serta melakukan pengukuran panjang dan lebar area pemasangan. Data hasil survei digunakan sebagai acuan teknis dalam menyesuaikan ukuran, proporsi, dan tata letak desain spanduk agar optimal secara visual dan fungsional.

Tahap persiapan dilaksanakan dalam kurun waktu kurang lebih dua minggu, yang difokuskan pada proses perancangan desain spanduk. Pada tahap ini, mahasiswa peserta pelatihan melakukan pembuatan desain menggunakan aplikasi Canva dengan bimbingan dan arahan langsung dari dosen pengajar. Proses pendampingan dilakukan secara berkelanjutan agar desain yang dihasilkan memenuhi prinsip estetika, keterbacaan, serta konsistensi identitas visual UMKM Roti Bakar Bogasari. Hasil dari tahap ini adalah desain spanduk yang telah disempurnakan dan siap untuk dicetak.

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui pendampingan langsung ke lokasi UMKM, di mana mahasiswa dan dosen turun langsung untuk mengimplementasikan desain spanduk yang telah dibuat. Dosen pengajar berperan aktif dalam memberikan supervisi teknis, masukan desain, serta penilaian terhadap hasil karya peserta. Penilaian difokuskan pada kemampuan peserta dalam mengaplikasikan konsep desain grafis, kreativitas visual, dan kesesuaian desain dengan kebutuhan branding UMKM.

Tahap evaluasi dilaksanakan setelah seluruh rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan selesai. Evaluasi bertujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan peserta dalam memahami dan menerapkan materi pelatihan, serta menilai efektivitas desain spanduk yang telah diterapkan terhadap peningkatan branding UMKM. Selain itu, evaluasi juga dilakukan untuk mengidentifikasi kendala dan kelemahan selama pelaksanaan kegiatan sebagai bahan perbaikan pada kegiatan pengabdian berikutnya.

Tahap akhir kegiatan adalah dokumentasi, yang meliputi pembuatan dokumentasi foto dan video selama proses pelatihan dan pendampingan di lokasi UMKM, serta penyusunan laporan akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bukti pelaksanaan kegiatan sekaligus sebagai bahan pendukung publikasi ilmiah dan evaluasi program

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) merupakan salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang bertujuan untuk mentransformasikan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat secara aplikatif. Kegiatan PKM diharapkan mampu memberikan nilai tambah yang nyata, baik dalam aspek ekonomi, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, maupun perubahan perilaku sosial yang mendukung kemandirian masyarakat. Berdasarkan kerangka tersebut, kegiatan “Pelatihan dan Penerapan Desain Grafis sebagai Upaya Peningkatan Branding pada UMKM Roti Bakar Bogasari” dirancang sebagai bentuk intervensi yang terstruktur, berorientasi pada kebutuhan mitra, serta berfokus pada solusi praktis terhadap permasalahan branding UMKM.

3.1 Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana mitra UMKM Roti Bakar Bogasari dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa program yang dilaksanakan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan nyata

mitra. Metode yang diterapkan meliputi asesmen kebutuhan melalui pengisian formulir, pelatihan intensif desain grafis, survei lapangan, serta pendampingan langsung dalam proses perancangan dan penerapan desain. Seluruh rangkaian kegiatan tersebut dilaksanakan secara terintegrasi agar hasil kegiatan dapat langsung diterapkan pada usaha mitra.

Kegiatan pelatihan diikuti oleh mahasiswa yang berperan sebagai peserta sekaligus pendamping UMKM. Secara umum, pelaksanaan kegiatan berjalan sesuai dengan perencanaan dan menunjukkan tingkat partisipasi serta antusiasme yang tinggi. Keberhasilan kegiatan ini dapat dilihat dari peningkatan pemahaman konseptual peserta, peningkatan keterampilan teknis dalam desain grafis, serta kualitas hasil desain yang dihasilkan dan diterapkan pada UMKM Roti Bakar Bogasari.

a. Pelatihan Intensif dan Penerapan Desain

Tahap pelatihan dilaksanakan melalui kombinasi penyampaian materi secara teoritis dan praktik langsung. Materi pelatihan mencakup pengenalan konsep dasar desain grafis, prinsip komunikasi visual, komposisi dan harmoni warna, penggunaan tipografi yang tepat, serta pemanfaatan aplikasi Canva sebagai perangkat desain yang mudah diakses dan relevan bagi kebutuhan UMKM. Dosen Universitas Islam Indragiri berperan sebagai fasilitator dan pendamping dengan memberikan penjelasan konseptual, contoh penerapan desain, serta bimbingan teknis selama proses praktik berlangsung.

Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai desain grafis dan peran visualisasi produk dalam strategi pemasaran. Namun, setelah mengikuti pelatihan intensif, terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan. Berdasarkan hasil evaluasi pascapelatihan, sekitar 85% peserta telah memahami prinsip dasar desain grafis dan mampu mengidentifikasi serta menerapkan elemen visual yang sesuai dengan karakteristik produk UMKM. Pemahaman ini tercermin dari kemampuan peserta dalam menyusun desain yang lebih terstruktur, komunikatif, dan selaras dengan identitas merek usaha.

b. Asesmen Kebutuhan dan Survei Lokasi

Tahap awal kegiatan diawali dengan pengisian formulir asesmen kebutuhan oleh pemilik UMKM Roti Bakar Bogasari. Asesmen ini bertujuan untuk menggali informasi terkait preferensi mitra terhadap elemen visual yang akan dikembangkan, seperti konsep desain spanduk, pemilihan warna, jenis huruf, serta pesan promosi yang ingin disampaikan kepada konsumen. Informasi yang diperoleh menjadi dasar dalam menentukan arah perancangan desain agar sesuai dengan citra dan karakter usaha.

Selanjutnya, dilakukan survei lokasi secara langsung ke tempat usaha UMKM. Survei ini bertujuan untuk mengetahui kondisi lingkungan usaha, menentukan titik pemasangan spanduk yang strategis, serta melakukan pengukuran dimensi area pemasangan. Data hasil survei digunakan sebagai acuan teknis dalam menyesuaikan ukuran, tata letak, dan proporsi desain spanduk agar efektif dari sisi fungsi, keterbacaan, dan daya tarik visual.

c. Perancangan dan Pendampingan Langsung

Setelah pelatihan dan survei dilaksanakan, tim pengabdian diberikan waktu kurang lebih dua minggu untuk melakukan proses perancangan desain spanduk. Pada tahap ini, pendampingan dilakukan secara langsung dan berkelanjutan, baik dalam proses penyusunan konsep visual maupun penyempurnaan desain. Pendampingan difokuskan pada penyesuaian elemen visual merek agar konsisten dan mampu merepresentasikan identitas UMKM Roti Bakar Bogasari secara jelas.

Hasil perancangan menunjukkan peningkatan kualitas desain yang signifikan. Desain spanduk yang dihasilkan telah menerapkan penggunaan warna yang lebih harmonis, tipografi yang mudah dibaca, serta tata letak yang rapi dan informatif. Selain itu, peserta juga mampu menghasilkan berbagai materi promosi secara mandiri menggunakan Canva. Penerapan desain spanduk di lokasi usaha menunjukkan perubahan visual yang nyata, di mana tampilan UMKM yang sebelumnya cenderung polos menjadi lebih menarik, segar, dan memiliki identitas merek

yang lebih kuat. Perubahan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen serta memperkuat branding UMKM Roti Bakar Bogasari dalam menghadapi persaingan usaha.

3.2 Dampak pada Branding UMKM

Keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diukur berdasarkan tercapainya tujuan peningkatan branding UMKM melalui penerapan desain grafis yang terencana dan konsisten. Hasil implementasi menunjukkan bahwa penggunaan desain grafis yang profesional dan selaras dengan karakter usaha mampu meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk UMKM Roti Bakar Bogasari. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, tampilan visual usaha cenderung polos dan tidak memiliki spanduk sebagai identitas utama, sehingga daya tarik usaha relatif rendah. Setelah penerapan desain spanduk dan elemen visual lainnya, tampilan usaha menjadi lebih menonjol dan mudah dikenali oleh konsumen.

Peningkatan kualitas visual tersebut berkontribusi dalam mengatasi permasalahan mendasar yang sebelumnya dihadapi UMKM, khususnya terkait ketiadaan identitas merek yang jelas dan kurangnya media promosi visual. Desain grafis yang diterapkan tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual yang menyampaikan informasi produk secara lebih efektif dan profesional kepada konsumen.

Dampak jangka pendek yang dirasakan dari kegiatan ini meliputi beberapa aspek penting. Pertama, terciptanya identitas merek yang lebih kuat dan berkesan, sehingga UMKM Roti Bakar Bogasari menjadi lebih mudah diingat oleh konsumen. Kedua, meningkatnya keterbacaan informasi produk serta daya tarik visual yang mampu menarik perhatian calon pembeli. Ketiga, terbangunnya konsistensi merek melalui penggunaan elemen visual yang seragam pada berbagai media promosi, baik pada spanduk, kemasan, maupun media digital.

Selain dampak jangka pendek, kegiatan ini juga memiliki potensi dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Identitas merek yang kuat dan konsisten dapat menjadi modal penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Dalam jangka panjang, branding yang baik diharapkan mampu mendorong peningkatan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta membuka peluang kerja sama dengan pihak lain, seperti mitra distribusi atau platform pemasaran digital. Selain itu, pemahaman pemilik UMKM terhadap pentingnya desain grafis sebagai bagian dari strategi pemasaran dapat mendorong keberlanjutan penggunaan media promosi visual secara mandiri, sehingga pertumbuhan penjualan dan penguatan posisi UMKM Roti Bakar Bogasari dapat tercapai secara berkelanjutan.

3.3 Dokumentasi Bersama UMKM Roti bakar Bogasari



Gambar 1. Implementasi Desain kepada UMKM Roti Bakar Bogasari

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pelatihan dan Penerapan Desain Grafis sebagai Upaya Peningkatan Branding pada UMKM Roti Bakar Bogasari” telah dilaksanakan secara sistematis dan partisipatif serta menunjukkan hasil yang positif. Program ini mampu menjawab permasalahan utama mitra UMKM yang berkaitan dengan keterbatasan identitas visual dan rendahnya daya tarik branding usaha. Melalui pendekatan pelatihan intensif, asesmen kebutuhan, survei lapangan, serta pendampingan langsung, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam bidang desain grafis, tetapi juga menghasilkan penerapan desain yang relevan dan sesuai dengan karakter usaha mitra.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap prinsip dasar desain grafis dan komunikasi visual, serta kemampuan dalam memanfaatkan aplikasi Canva sebagai media desain yang praktis dan mudah diakses. Penerapan desain spanduk yang telah dirancang secara terencana memberikan perubahan visual yang signifikan terhadap tampilan UMKM Roti Bakar Bogasari, dari kondisi yang sebelumnya minim identitas menjadi lebih menarik, informatif, dan mudah dikenali oleh konsumen. Perubahan ini berkontribusi dalam memperkuat citra merek dan meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan.

Selain memberikan dampak jangka pendek berupa peningkatan identitas merek dan daya tarik visual usaha, kegiatan ini juga memiliki potensi dampak jangka panjang bagi keberlanjutan UMKM. Branding yang lebih kuat dan konsisten dapat menjadi modal penting dalam meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pemasaran, serta menumbuhkan kepercayaan konsumen. Dengan meningkatnya pemahaman mitra terhadap pentingnya desain grafis sebagai bagian dari strategi pemasaran, diharapkan UMKM Roti Bakar Bogasari mampu mengembangkan dan mempertahankan identitas mereknya secara mandiri di masa mendatang. Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan dan penerapan desain grafis merupakan salah satu upaya yang efektif dalam mendukung penguatan branding dan pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. I. N. Afghan Kurniawan, “Peran media pemasaran dalam upaya membangun branding terhadap umkm yang ada pada warung pandugo,” vol. 3, no. 3, hal. 396–398, 2023.
- [2] S. Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, “Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat,” vol. 9, no. 1, hal. 73–84, 2022.
- [3] B. A. Ari Amir Alkodri, Fitriyani, Burham Isnanto, Chandra Kirana, “Implementasi Desain Grafis Untuk Media Promosi Umkm Di Pangkalpinang,” vol. 5, no. 2, hal. 1–8, 2024.
- [4] E. W. Dila Apriyanti, Yorina An’guna Bansa, Irmanelly, Ratih Rosita, “Pendampingan Usaha Berupa Pembuatan Merk, Spanduk, dan Logo Pada UMKM Sembako,” vol. 9, no. 3, hal. 627–633, 2025.
- [5] G. N. P. Eko Suharyanto, Chrisantus Trisianto, “Cara Desain Poster Promosi Dari Aplikasi ‘Canva’ Pada Smp Pgri 1 Ciputat,” hal. 171–177, 2022.
- [6] Agus Suharto dan S. F. Risah Subariah, “Pelatihan Dan Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Desain Grafis Pada Siswa Smk Saradan Tajur Halang Bogor,” hal. 338–342, 2022.
- [7] Mas’ud Badolo, R. U. Rosdiana, Marwati Abd. Malik, Reski Nasiati, dan U. R. Rosdiana, Rizka Juni Anisa, Sartika Sulistiani Rindi, Sari Tumbo, Sri Handayani C, “Pelatihan Desain Grafis Melalui Aplikasi Canva Sebagai Upaya Peningkatan Kreativitas Guru Dalam Mendukung Merdeka Belajar,” hal. 971–977, 2024.
- [8] E. H. Dewi Gita Kartika, Annisa Retno Utami, “Pelatihan Desain Canva: Strategi Visual Efektif Bagi Umkm, Setiabudi, Jakarta Selatan,” vol. 8, no. 3, hal. 356–362, 2024.
- [9] R. D. W. F. Annisa Pratiwi, Azzahra, Dina Wiranda Johnson, Erico Al-Fayed, “Pendampingan Perbaikan Packaging dan Spanduk Penjualan Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Produk UMKM,” vol. 3, no. 2, hal. 1–6, 2024.

-
- [10] S. S. Suyadi, Syahdanur, "Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)," vol. 29, no. 1, hal. 1-10, 2018.
- [11] A. S. M. Puji Yuniarti, Furi Indriyani, Suharini, "Penggunaan Aplikasi Canva dalam Pembuatan Desain Promosi Usaha pada Karang Taruna Desa Sukaharja Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis," vol. 1, no. 2, hal. 88-95, 2021.
- [12] E. Y. P. Ety Nurhayaty, Ratnawaty Marginingsih, Isnurrini Hidayat Susilowati, "Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau," vol. 5, no. 1, hal. 69-77, 2022.
- [13] Y. S. Mardatillah, Deno Rana, Brenda Chen, Nabilah Fadhillah, "Pemberdayaan Perempuan Melalui Inovasi Pemasaran Pada UMKM Dapur," vol. 2, no. 1, 2024.
- [14] M. Jibril, M. Amin, S. Wardah, and K. Ihwan, "Pelatihan dan Penerapan Desain Grafis sebagai Upaya Peningkatan Branding pada UMKM Teras Sayur Nurul," Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIMAS), vol. 3, pp. 171-177, 2025.