

Pelatihan dan Penerapan Desain Grafis sebagai Upaya Peningkatan Branding pada UMKM Warung Kopi Atik Melayu

Zulrahmadi¹, Muhammad Jibril², Muhammad Amin³, Siti Wardah⁴, Novrizal Nur⁵, Abdul Muni⁶

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

^{2,6}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

^{3,4}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

⁵Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Indragiri

e-mail: zulrahmadi@gmail.com

Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan desain grafis serta kreativitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Warung Kopi Atik Melayu yang beralamat di Jalan Sapta Marga Parit 9, Tembilahan Hulu. Dalam perkembangan era digital, tampilan visual yang menarik menjadi elemen penting dalam memperkuat branding dan daya saing UMKM. Melalui pelatihan yang terstruktur, peserta diperkenalkan pada penggunaan aplikasi Canva sebagai media desain yang mudah diakses, serta diberikan pemahaman mengenai prinsip-prinsip dasar desain grafis. Selama kegiatan, peserta dilatih untuk membuat berbagai materi visual, khususnya desain spanduk sebagai sarana promosi utama. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan yang signifikan pada kemampuan peserta dalam menghasilkan desain yang lebih profesional dan konsisten dengan identitas usaha. Implementasi desain yang dihasilkan berdampak positif terhadap citra dan daya tarik Warung Kopi Atik Melayu. Program ini diharapkan dapat menjadi model berkelanjutan dalam pengembangan branding UMKM di daerah Tembilahan Hulu dan wilayah sekitarnya.

Kata kunci: Desain Grafis, Canva, UMKM, Warung Kopi, Promosi Visual.

Abstract

This community service program aims to enhance the graphic design skills and creativity of the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) actors at Atik Melayu Coffee Shop, located on Sapta Marga Street, Parit 9, Tembilahan Hulu. In today's digital era, appealing visual presentation has become an essential element in strengthening branding and increasing business competitiveness. Through a structured training program, participants were introduced to the use of Canva as an accessible design tool, along with fundamental principles of graphic design. During the activity, participants were guided to create various visual materials, particularly banner designs as a primary promotional medium. The results of the training indicate a significant improvement in participants' ability to produce more professional designs aligned with the identity of the business. The implementation of the produced designs has had a positive impact on the image and attractiveness of Atik Melayu Coffee Shop. This program is expected to serve as a sustainable model for developing branding capacity among MSMEs in Tembilahan Hulu and surrounding areas.

Keywords: UMKM, Graphic Desing, Branding, Training, Canva

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan proses digitalisasi yang semakin pesat telah membawa perubahan besar dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Transformasi digital tidak hanya mempengaruhi pola komunikasi dan interaksi sosial, tetapi juga memberikan dampak signifikan dalam dunia bisnis, khususnya pada strategi pemasaran atau marketing. Di era modern, pemasaran tidak lagi hanya mengandalkan metode konvensional seperti pemasangan spanduk atau promosi dari mulut ke mulut, tetapi menuntut pelaku usaha untuk mampu menyesuaikan diri dengan tren digital yang semakin kompetitif. Namun, salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh pelaku

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah keterbatasan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya dalam mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan pasar.[1]

Banyak UMKM masih mengalami kendala dalam pembuatan desain grafis dan konten visual yang menarik. Konten visual seperti poster, spanduk, logo, dan materi publikasi lainnya memiliki peran penting dalam membangun identitas visual sebuah usaha. Ketika konten visual tidak dirancang secara baik, hal ini dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam konteks tersebut, kemajuan teknologi terutama dalam bidang desain grafis menjadi salah satu peluang besar bagi UMKM untuk memaksimalkan potensi pemasaran. Desain grafis memberikan kemampuan bagi pelaku usaha untuk menyampaikan pesan dengan lebih efektif melalui kombinasi elemen visual seperti gambar, tipografi, dan warna yang mampu menciptakan daya tarik kuat di mata konsumen.

UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Selain menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, UMKM juga berperan dalam pengurangan angka pengangguran dan peningkatan pendapatan masyarakat. Menurut Syukri & Sunrawali (2022), perkembangan teknologi memberikan peluang baru bagi UMKM untuk memperluas pasar melalui pemanfaatan platform digital. Namun, transformasi digital ini memerlukan kesiapan dan adaptasi dari pelaku UMKM agar mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Salah satu bentuk teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM adalah aplikasi desain grafis berbasis web seperti Canva. Canva dikenal sebagai platform yang mudah digunakan, bahkan oleh pengguna yang tidak memiliki latar belakang desain, sehingga sangat cocok digunakan oleh pelaku UMKM untuk membuat materi promosi yang menarik dan profesional.[2]

Warung Kopi Atik Melayu yang beralamat di Jalan Sapta Marga Parit 9, Tembilahan Hulu, merupakan salah satu contoh UMKM yang menghadapi tantangan dalam memperkuat branding dan meningkatkan kualitas promosi usaha. Minimnya pengetahuan dalam bidang desain grafis membuat materi promosi seperti spanduk, banner, dan konten media sosial yang digunakan oleh Warung Kopi Atik Melayu kurang maksimal dari segi visual. Hal ini berdampak pada rendahnya daya tarik konsumen serta kurang optimalnya citra usaha dalam menghadapi persaingan bisnis, terutama di daerah yang memiliki banyak usaha sejenis. Dengan kondisi tersebut, pelatihan desain grafis menggunakan Canva menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kualitas visual, memperkuat identitas usaha, serta meningkatkan daya saing di tengah perkembangan digital yang pesat.[3] Digitalisasi dalam dunia usaha tidak hanya berfokus pada penjualan produk secara online, tetapi juga melibatkan pemahaman terhadap etika digital, keamanan data, dan perlindungan hukum. Pemerintah telah mengeluarkan berbagai regulasi untuk mendukung transformasi digital ini agar pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi secara tepat dan aman. Selain perlindungan hukum, persaingan antara UMKM dan perusahaan besar menuntut pelaku usaha kecil untuk meningkatkan kualitas visual dan citra merek. Penciptaan brand image yang kuat dapat dilakukan melalui teknik product branding seperti penggunaan logo yang konsisten, pemilihan warna yang tepat, dan desain visual yang mampu mencerminkan identitas bisnis. Identitas visual yang kuat membuat suatu produk atau usaha lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.

Penerapan digital marketing berbasis teknologi digital kini menjadi salah satu cara efektif bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui media sosial dan platform digital lainnya, UMKM dapat mempromosikan produk atau layanan mereka tanpa memerlukan biaya besar. Canva sebagai aplikasi desain grafis memberikan peluang besar bagi UMKM untuk membuat konten visual yang menarik secara mandiri. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan Canva tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta tentang desain grafis, tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan kualitas promosi dan penjualan. Bahkan, pelatihan yang dilakukan secara intensif dan terstruktur dilaporkan mampu meningkatkan penjualan UMKM sebesar 10% hingga 50%.[4] Program pengabdian masyarakat ini disusun dengan tujuan untuk memberikan pelatihan

penggunaan Canva kepada pelaku UMKM Warung Kopi Atik Melayu. Tujuan utama dari program ini adalah meningkatkan kreativitas peserta serta kemampuan mereka dalam menghasilkan desain promosi yang lebih menarik, profesional, dan sesuai dengan identitas usaha. Selain itu, program ini juga bertujuan memberikan pemahaman mengenai pentingnya visualisasi dalam pemasaran modern. Peserta tidak hanya belajar tentang cara menggunakan Canva, tetapi juga tentang prinsip-prinsip dasar desain seperti pemilihan tipografi, pengaturan layout, pemilihan warna, serta pembuatan logo dan elemen branding lainnya.[5]

Pelatihan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan peserta, penyusunan modul pelatihan, pelaksanaan pelatihan, serta evaluasi hasil. Pendekatan partisipatif diterapkan dalam kegiatan ini untuk mendorong peserta terlibat aktif dalam diskusi dan praktik langsung. Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu menerapkan keterampilan desain secara mandiri dalam kegiatan promosi sehari-hari.[6] Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya kemampuan pelaku UMKM Warung Kopi Atik Melayu dalam membuat desain promosi yang berkualitas, menarik, dan konsisten dengan identitas usaha. Peningkatan kualitas desain visual ini diharapkan dapat memperkuat citra merek, meningkatkan daya tarik konsumen, dan berdampak positif terhadap perkembangan usaha, baik dari segi jumlah pelanggan maupun peningkatan pendapatan. Dengan demikian, penggunaan Canva sebagai alat desain grafis bukan hanya menjadi solusi praktis untuk meningkatkan estetika visual, tetapi juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan nilai tambah produk dan tingkat daya saing UMKM di wilayah Tembilahan Hulu.[7]

2. METODE PENELITIAN

Metode pelatihan terdiri dari penjelasan teori dan praktek langsung. Pelatihan diawali dengan penjelasan teori kemudian praktek langsung tentang bagaimana membuat spanduk dengan menggunakan canva. Peserta pelatihan terdiri dari 27 mahasiswa Universitas Islam Indragiri dengan tenaga pengajar merupakan dosen Universitas Islam Indragiri.

a. Tahap Survei

Tahap awal yang dilakukan adalah kegiatan survei lapangan pada UMKM Warung Kopi Atik Melayu yang beralamat di Jalan Sapta Marga Parit 9, Tembilahan Hulu. Survei ini bertujuan untuk melakukan peninjauan awal terkait kebutuhan mitra, khususnya dalam hal peningkatan branding melalui desain grafis. Pada tahap ini dilakukan observasi langsung terhadap kondisi usaha, bentuk promosi yang sebelumnya digunakan, serta kebutuhan visual yang diperlukan untuk meningkatkan identitas dan daya tarik usaha.

Selain itu, survei juga digunakan untuk melakukan koordinasi awal dengan pemilik UMKM terkait rencana pelaksanaan kegiatan, bentuk pelatihan yang dibutuhkan, serta jenis produk desain yang akan dihasilkan. Tim pengabdian—yang terdiri dari dosen dan mahasiswa—melakukan diskusi mengenai pembagian tugas, penyusunan jadwal kegiatan, serta pendataan jumlah peserta yang akan mengikuti pelatihan. Survei ini juga memastikan ketersediaan perangkat teknologi seperti komputer maupun koneksi internet, yang diperlukan dalam proses pelatihan desain menggunakan Canva.

b. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan setelah tim memperoleh gambaran kebutuhan mitra. Pada tahap ini, berbagai dokumen administratif disusun, seperti proposal kegiatan, jadwal pelaksanaan, serta lembar daftar hadir peserta dan tim pengajar. Tim juga menyiapkan perangkat pembelajaran berupa modul pelatihan desain grafis berbasis Canva, yang mencakup materi dasar penggunaan aplikasi, prinsip desain grafis, pengenalan elemen visual, serta cara membuat desain promosi seperti spanduk, poster, dan konten media sosial.

Selain menyiapkan materi, tim juga memastikan seluruh perangkat komputer telah siap digunakan.

Instalasi aplikasi Canva dan penataan perangkat dilakukan agar proses pelatihan berjalan lancar. Tim pengabdian juga menyusun rencana pembagian tugas antar pengajar, mengatur alur kegiatan, serta memastikan semua kebutuhan teknis dan logistik tersedia sebelum pelatihan dimulai.

c. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan merupakan tahap inti dari kegiatan pengabdian. Pelatihan dilakukan secara langsung dengan metode pendampingan intensif kepada seluruh peserta dari UMKM Warung Kopi Atik Melayu. Dua orang pengajar bertugas memberikan penjelasan, demonstrasi, serta bimbingan teknis kepada peserta terkait penggunaan Canva untuk membuat desain branding usaha. Peserta diperkenalkan pada antarmuka Canva, cara memilih template, penggunaan elemen desain, penyesuaian warna dan tipografi, serta pengaplikasian desain sesuai karakteristik usaha. Peserta kemudian dibimbing untuk membuat desain spanduk dan materi promosi lain yang relevan dengan identitas Warung Kopi Atik Melayu. Setiap pengajar melakukan evaluasi proses belajar peserta dan memberikan penilaian terhadap hasil desain yang telah dibuat. Pendampingan dilakukan secara bertahap, mulai dari pemahaman dasar hingga peserta mampu menghasilkan desain yang siap digunakan.

d. Tahap Evaluasi

Setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai dilakukan, tahap evaluasi dilaksanakan untuk mengukur tingkat keberhasilan pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan menilai kemampuan peserta dalam mengoperasikan Canva, memahami prinsip dasar desain grafis, serta menghasilkan karya desain yang sesuai kebutuhan branding Warung Kopi Atik Melayu.

Selain menilai hasil karya, tim juga melakukan evaluasi terhadap proses pelaksanaan kegiatan untuk mengidentifikasi kendala teknis maupun non-teknis yang terjadi selama pelatihan. Evaluasi ini berfungsi sebagai bahan perbaikan untuk kegiatan serupa di masa mendatang. Dengan adanya evaluasi, diharapkan pelaksanaan pengabdian masyarakat dapat berlangsung lebih efektif dan memberikan dampak yang lebih optimal bagi UMKM yang dibina.

e. Tahap Dokumentasi

Tahap terakhir adalah kegiatan dokumentasi, yang meliputi pengumpulan foto-foto selama pelatihan, pencatatan daftar hadir peserta, perekaman proses kegiatan, serta penyusunan laporan akhir pengabdian masyarakat. Dokumentasi ini bertujuan untuk memberikan bukti fisik dan administratif bahwa kegiatan telah dilaksanakan sesuai rencana.

Dokumentasi foto digunakan sebagai arsip sekaligus bahan publikasi untuk menunjukkan manfaat kegiatan bagi UMKM. Selain itu, penyusunan laporan akhir menjadi bagian penting yang berisi rangkuman pelaksanaan kegiatan, hasil pelatihan, evaluasi, serta rekomendasi untuk keberlanjutan program di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN A. Hasil Pelaksanaan Pelatihan

Program pengabdian masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di UMKM Warung Kopi Atik Melayu, Tembilahan Hulu, menunjukkan keberhasilan signifikan dalam mencapai tujuan peningkatan kemampuan desain grafis untuk memperkuat *branding*. [8] Meskipun sebagian besar peserta pelatihan adalah mahasiswa yang kemudian mengimplementasikan hasilnya pada berbagai UMKM di Kelurahan Tembilahan Hulu (seperti yang ditunjukkan dalam Lampiran), temuan utama yang relevan dengan tujuan Warung Kopi Atik Melayu (penciptaan materi promosi visual, khususnya desain spanduk) dapat disarikan sebagai berikut:

1. Peningkatan Pemahaman Dasar Desain Grafis

Sebelum pelaksanaan, sebagian besar peserta yang terlibat menunjukkan minimnya pemahaman dasar mengenai pentingnya visualisasi produk dalam pemasaran dan prinsip-prinsip desain. Setelah

pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman yang mendasar pada peserta. Hasil evaluasi pascapelatihan menunjukkan bahwa 85% peserta telah memahami prinsip-prinsip dasar desain, termasuk:

- a. Komposisi dan Tata Letak (Layout): Kemampuan menata elemen visual agar pesan tersampaikan dengan efektif.
- b. Tipografi: Pemahaman tentang pemilihan jenis dan ukuran huruf yang sesuai dengan identitas usaha.
- c. Warna: Pemahaman tentang penggunaan skema warna yang harmonis dan konsisten dengan citra Warung Kopi Atik Melayu.

2. Peningkatan Keterampilan Menggunakan Aplikasi Canva

Pelatihan intensif berfokus pada penggunaan Canva sebagai alat desain utama. Keunggulan Canva yang *user-friendly* sangat membantu peserta yang tidak memiliki latar belakang desain formal. memungkinkan pemilik usaha untuk secara mandiri membuat materi promosi seperti:

- a. Peningkatan Keterampilan Praktis: Tingkat kemampuan praktis peserta dalam mengoperasikan Canva meningkat drastis, di mana 90% peserta mampu membuat desain mandiri untuk berbagai keperluan promosi.
- b. Relevansi Produk Desain: Dalam konteks Warung Kopi Atik Melayu, peningkatan ini

3. Implementasi dan Dampak Visual pada Branding

Implementasi langsung dari desain yang dihasilkan (khususnya untuk promosi visual) memberikan dampak positif pada citra Warung Kopi Atik Melayu, yang sebelumnya memiliki materi promosi visual yang kurang maksimal.

- a. Kualitas Visual yang Lebih Profesional: Hasil desain menunjukkan penggunaan warna yang lebih konsisten (sesuai identitas kopi Melayu), tipografi yang lebih mudah dibaca, dan tata letak yang lebih terstruktur, sehingga meningkatkan kesan profesionalisme usaha.
- b. Peningkatan Daya Tarik: Tampilan visual yang baru dan menarik ini berpotensi meningkatkan daya tarik konsumen, yang merupakan tujuan utama untuk memperkuat *branding* dan menghadapi persaingan di daerah Tembilahan Hulu.

B. Pembahasan

1. Peran Canva dalam Demokratisasi Desain

Pelaksanaan program ini menegaskan bahwa penggunaan aplikasi desain berbasis web seperti Canva sangat efektif dalam memberdayakan pelaku UMKM. Kemudahan akses dan antarmuka yang intuitif memungkinkan *skill gap* (kesenjangan keterampilan) antara kebutuhan desain profesional dan kemampuan teknis pelaku UMKM dapat dijembatani.

- a. Efisiensi Sumber Daya: Dengan Canva, pelaku UMKM tidak lagi bergantung pada jasa desainer profesional yang membutuhkan biaya tinggi, sehingga menghemat biaya operasional dan memungkinkan fleksibilitas dalam memperbarui materi promosi.
- b. Keberlanjutan Mandiri: Keterampilan ini memberdayakan UMKM Warung Kopi Atik Melayu untuk secara berkelanjutan (*sustainably*) memproduksi konten visual yang konsisten, hal fundamental dalam membangun dan menjaga *brand identity* (identitas merek).

2. Penguatan Branding melalui Konsistensi Visual

Dalam konteks UMKM Warung Kopi Atik Melayu, desain grafis yang konsisten berfungsi sebagai alat strategis untuk memperkuat *branding*.

- a. Menciptakan Citra yang Kuat: Desain visual yang terstruktur (logo, spanduk, *menu digital*) memberikan citra yang profesional dan berkualitas tinggi di mata konsumen. Dalam industri kopi yang sangat kompetitif, citra ini sangat penting untuk membedakan Warung Kopi Atik Melayu dari pesaing sejenis.
- b. Dampak Penjualan dan Pemasaran Digital: Meskipun data penjualan spesifik Warung Kopi Atik Melayu tidak disajikan secara terpisah, temuan umum menunjukkan bahwa UMKM yang menggunakan desain baru pada materi promosi mereka melaporkan peningkatan penjualan antara 20% hingga 30%. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan daya tarik visual secara langsung berkorelasi positif dengan potensi peningkatan jumlah pelanggan dan pendapatan. Lebih lanjut, desain visual yang menarik menjadi kunci bagi Warung Kopi Atik Melayu untuk mulai merambah platform digital dan memperluas jangkauan pasar.

3. Tantangan dan Rekomendasi Keberlanjutan

Meskipun hasilnya positif, terdapat dua tantangan utama yang diidentifikasi:

- a. Kendala Akses Internet: Keterbatasan akses internet yang stabil menghambat proses desain *online* menggunakan Canva.
- b. Isu Konsistensi Desain Jangka Panjang: Beberapa peserta masih memerlukan pendampingan lebih lanjut untuk memastikan seluruh materi promosi (mulai dari spanduk hingga postingan media sosial) memiliki konsistensi elemen visual merek (logo, warna, gaya tipografi).

4. Rekomendasi:

- a. Pendampingan Berkelanjutan: Diperlukan bimbingan rutin (follow-up) untuk memastikan UMKM mampu menjaga konsistensi *brand guide* yang telah dipelajari.
- b. Fokus Pemasaran Digital: Pelatihan lanjutan yang fokus pada strategi pemasaran digital (misalnya, membuat *Instagram Story* atau iklan berbayar dengan desain Canva) akan memaksimalkan penggunaan aset visual yang telah dibuat.
- c. Kolaborasi Stakeholder: Melibatkan pemerintah lokal atau pihak swasta untuk memfasilitasi akses internet yang lebih baik dan stabil bagi pelaku UMKM di lokasi tersebut.



Gambar 1. Penerapan Desain pada UMKM Warung Kopi Atik Melayu



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan Peserta PKM dan Dosen Pembimbing

KESIMPULAN

Program pelatihan desain grafis berbasis Canva yang dilaksanakan pada UMKM Warung Kopi Atik Melayu memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan peserta dalam memahami dan menerapkan prinsip desain visual untuk kepentingan promosi usaha. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, khususnya aplikasi desain grafis yang mudah diakses dan digunakan, mampu menjadi solusi praktis bagi pelaku UMKM dalam mengatasi keterbatasan sumber daya, khususnya dalam bidang branding dan pemasaran visual. Melalui tahapan survei, persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi, peserta pelatihan memperoleh pengalaman belajar yang komprehensif, mulai dari pemahaman teori dasar desain grafis hingga praktik langsung membuat materi promosi seperti spanduk dan konten visual lainnya.

Peningkatan pemahaman peserta terlihat dari kemampuan mereka dalam menerapkan komposisi, tipografi, dan pemilihan warna yang sesuai dengan identitas visual Warung Kopi Atik Melayu. Selain itu, keterampilan teknis dalam menggunakan Canva juga mengalami perkembangan yang signifikan, ditunjukkan oleh kemampuan peserta dalam menghasilkan desain mandiri yang lebih berkualitas dan profesional. Implementasi hasil desain memberikan dampak positif terhadap citra usaha, di mana visual yang lebih menarik mampu meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat identitas merek Warung Kopi Atik Melayu di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Program ini juga menegaskan peran penting desain grafis dalam membangun brand identity UMKM secara berkelanjutan. Canva hadir sebagai media yang efektif untuk mendemokratisasi akses terhadap desain grafis, sehingga UMKM tidak lagi bergantung sepenuhnya pada jasa profesional yang membutuhkan biaya tinggi. Meskipun demikian, beberapa tantangan tetap ditemukan, seperti keterbatasan akses internet dan kebutuhan akan konsistensi visual jangka panjang. Oleh karena itu, keberlanjutan pelatihan dan pendampingan lanjutan sangat diperlukan agar kualitas desain dan branding usaha dapat terus terjaga dan berkembang.

Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya memberikan peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga memberikan pemahaman strategis kepada pelaku UMKM tentang pentingnya visualisasi dalam pemasaran modern. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penguatan branding melalui desain grafis mampu memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM, baik dalam memperluas jangkauan pemasaran maupun meningkatkan daya saing usaha. Dengan pemanfaatan Canva secara optimal, Warung Kopi Atik Melayu memiliki peluang besar untuk mengembangkan identitas visual yang lebih kuat dan menarik, sehingga mampu bertahan dan berkembang di era digital yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] 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.
- [2] S. Irawadi, O. Rizan, S. Informasi, and I. Atma Luhur, "DESAIN GRAFIS BAGI PELAKU USAHA KULINER LOKAL DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KERAKYATAN DI KOTA PANGKALPINANG," 2024.
- [3] T. W. M. Hgl, F. N. Siregar, M. Edyanto, C. Z. Wiatantri, and K. Wulandari, "Pelatihan Desain Grafis Digital dengan Canva untuk Siswa SMA Pangudi Luhur Santo Vincentius Giriwoyo," 2025.
- [4] A. Sawunggaling, "Pemanfaatan Digital Marketing Pada UMKM", doi: 10.15294/mp.v1i1.330.
- [5] V. Y. Dharomesz, A. Adyantari, R. P. H. Sasmita, and O. C. Noventa, "PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN KONTEN PROMOSI DI MEDIA SOSIAL MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, vol. 2, no. 06, pp. 469–475, Dec. 2023, doi: 10.62668/sabangka.v2i06.815.
- [6] D. Nur Astrida and D. Arifudin, "JPMB: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkarakter Pengenalan dan Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa," vol. 5, no. 1, pp. 65–72, [Online]. Available: <http://journal.rekarta.co.id/index.php/jpmb>
- [7] R. Yuli Endra, A. Purisky Redaputri, H. Dunan, M. Bintang Syahputra, and A. Handayani, "PELATIHAN DESIGN DENGAN CANVA UNTUK UMKM SEBAGAI SARANA PROMOSI PRODUK DI DESA GANJAR ASRI METRO," 2024. [Online]. Available: <https://jpu.ubl.ac.id/index.php/jpu>
- [8] A. Marjan *et al.*, "PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PELATIHAN DESAIN GRAFIS UNTUK

MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK LOKAL MASYARAKAT DESA NANAS GUNUNG KIDUL
ARTICLE INFO ABSTRAK." [Online]. Available:

<https://journal.abhinaya.co.id/index.php/jpa>

- [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.