

## PENDAMPINGAN OPTIMALISASI PENGGUNAAN APLIKASI CANVA UNTUK PEMASARAN DIGITAL UMKM DI KELURAHAN SEMEMI KECAMATAN BENOWO KOTA SURABAYA

Dewi Nuraini<sup>1</sup>, Evianah<sup>2</sup>, Hendra Prasetya<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Indonesia

[dewinuraini@uwks.ac.id](mailto:dewinuraini@uwks.ac.id)<sup>1</sup>, [evianah@uwks.ac.id](mailto:evianah@uwks.ac.id)<sup>2</sup>

[hendraprasetya@uwks.ac.id](mailto:hendraprasetya@uwks.ac.id)<sup>3</sup>

Received: 01-12-2025

Revised: 08-12-2025

Approved: 25-12-2025

### ABSTRAK

UMKM di Kelurahan Sememi menghadapi keterbatasan sumber daya, literasi digital yang beragam, serta kemampuan desain visual yang masih rendah, sehingga materi promosi cenderung kurang menarik dan branding belum konsisten di berbagai kanal digital. Aplikasi Canva menawarkan solusi praktis karena mudah digunakan, berbiaya terjangkau, dan menyediakan beragam template untuk kebutuhan pemasaran digital UMKM. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam mendesain konten promosi berbasis Canva, seperti logo, label, poster, katalog digital, dan konten media sosial, sehingga mampu mendukung peningkatan kualitas pemasaran digital usaha mereka. Metode yang digunakan meliputi pelatihan kelas (pengenalan konsep dasar pemasaran digital dan penggunaan Canva), praktik langsung terstruktur, serta pendampingan lanjutan melalui evaluasi hasil desain dan komunitas daring UMKM Sememi. Kegiatan dihadiri sebanyak 36 pelaku UMKM dari berbagai sektor (kuliner, fashion, kerajinan, dan jasa) dan dilaksanakan pada 26 Juni 2025 disertai pendampingan pascapelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan 85% peserta mampu membuat konten promosi digital secara mandiri, 75% menilai desain yang dihasilkan lebih menarik dibanding materi promosi sebelumnya, dan 70% mulai lebih aktif menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan dan pendampingan Canva berkontribusi positif terhadap penguatan kapasitas pemasaran digital UMKM, meskipun masih terdapat kendala pada keterbatasan fasilitas teknologi dan stabilitas koneksi internet. Pendampingan berkelanjutan melalui komunitas daring dan pelatihan lanjutan menjadi kunci keberlanjutan program.

**Kata kunci:** Canva, pelatihan, pendampingan, pemasaran digital, UMKM

### PENDAHULUAN

UMKM merupakan pilar penting perekonomian lokal di Kelurahan Sememi, Kecamatan Benowo, Kota Surabaya. Namun, banyak pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran. Keterbatasan pengetahuan desain, minimnya kemampuan memproduksi konten visual yang menarik, serta kurangnya konsistensi branding membuat materi promosi yang digunakan belum optimal untuk bersaing di era digital (Danurwindo & Muhammad Alhakim, 2021). Kondisi ini sejalan dengan temuan sebelumnya bahwa penguatan literasi digital dan pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap peningkatan daya saing dan penjualan UMKM.

Banyak UMKM di wilayah urban seperti Surabaya masih bergantung pada metode pemasaran konvensional, yang tidak kompetitif di pasar digital, dengan hambatan utama berupa kurangnya literasi desain grafis dan biaya produksi konten. Penelitian menunjukkan bahwa tanpa pelatihan, UMKM kesulitan memanfaatkan platform seperti Instagram dan Facebook secara optimal, menyebabkan stagnasi penjualan online. Di Indonesia, fenomena ini terlihat pada UMKM kuliner dan ritel di daerah seperti Pekanbaru dan PuloGadung, di mana pretest-posttest pelatihan Canva

menunjukkan peningkatan pemahaman hingga 80-90%.

Berbagai studi pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital dan pemanfaatan platform teknologi sederhana dapat meningkatkan kemampuan promosi pelaku UMKM dan membantu memperluas akses pasar (Ahmad Cucus et al., 2022). Aplikasi Canva menjadi salah satu tools desain yang relevan bagi UMKM karena menyediakan berbagai template siap pakai dan dapat dioperasikan melalui gawai dengan antarmuka yang intuitif, sehingga cocok bagi pelaku usaha dengan latar belakang pendidikan dan literasi digital yang beragam. Tim pengabdian sebelumnya telah melakukan beberapa program penguatan UMKM berbasis digital marketing, sehingga pelatihan Canva menjadi kelanjutan logis untuk memfokuskan peningkatan kemampuan desain visual (Evianah et al., 2023). Canva mendemokratisasi desain grafis melalui antarmuka intuitif, template siap pakai, dan integrasi media sosial, memungkinkan UMKM menghasilkan materi promosi profesional tanpa keahlian khusus. Studi kasus mengonfirmasi bahwa penggunaan Canva meningkatkan kesadaran merek dan penjualan UMKM melalui konten visual kohesif, dengan dampak positif pada e-katalog dan branding. Aplikasi ini terbukti efektif menghemat biaya desain eksternal bagi UMKM beranggaran terbatas

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa digital marketing mampu meningkatkan daya saing UMKM karena memberikan akses pasar yang lebih luas dengan biaya promosi yang relatif lebih efisien dibandingkan metode konvensional. Studi tentang pengaruh digital marketing pada pelaku UMKM kripik singkong di Jakarta Utara, misalnya, menemukan bahwa strategi pemasaran digital berpengaruh signifikan terhadap daya saing usaha, bahkan menjelaskan lebih dari 90% variasi daya saing pada sampel yang diteliti. Penelitian lain menegaskan bahwa kombinasi berbagai teknik pemasaran digital seperti SEO, media sosial, dan email marketing dapat meningkatkan penjualan UMKM hingga lebih dari 100% dalam beberapa bulan implementasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketertinggalan UMKM dalam aspek digital marketing berpotensi menurunkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. (Istikharoh., et al, 2025)

Pendampingan dan pelatihan Canva esensial untuk mengatasi kesenjangan keterampilan, sebagaimana terbukti pada program pengabdian masyarakat yang menghasilkan kemandirian UMKM dalam strategi digital marketing berkelanjutan. Di konteks lokal Surabaya, optimalisasi ini mendukung UMKM Sememi menghadapi persaingan tak terlihat, sejalan dengan temuan bahwa pendampingan partisipatif meningkatkan efektivitas promosi dan daya saing. Penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut melalui pendampingan terstruktur untuk pemasaran digital UMKM setempat

## **METODE KEGIATAN**

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui tiga tahapan utama, yaitu persiapan, pelatihan dan praktik, serta pendampingan lanjutan.

### **Tahap Persiapan**

Pada tahap persiapan, tim pengabdian berkoordinasi dengan Kelurahan Sememi sebagai mitra untuk pemilihan waktu dan tempat kegiatan, rekrutmen peserta, penyediaan fasilitas pendukung, serta penyusunan modul pelatihan yang memadukan pengenalan pemasaran digital dan panduan penggunaan Canva. Mitra membantu

menyediakan aula kelurahan sebagai lokasi kegiatan, mengundang 36 pelaku UMKM, dan memfasilitasi dukungan administratif seperti surat undangan resmi dan publikasi informasi melalui jaringan komunikasi internal kelurahan.

### **Tahap Pelatihan dan Praktik**

Tahap pelatihan dan praktik diawali dengan penyampaian materi mengenai urgensi pemasaran digital dan peran konten visual dalam membangun citra merek UMKM, dilanjutkan dengan demonstrasi langsung penggunaan aplikasi Canva. Fasilitator memandu peserta mengenal fitur dasar hingga lanjutan, mulai dari pemilihan template, pengaturan elemen visual, pengunggahan logo dan foto produk, hingga penyusunan desain poster, katalog digital, dan konten media sosial. Sesi praktik dilakukan secara bertahap dengan pendampingan intensif, di mana peserta diarahkan untuk menghasilkan minimal satu desain konten promosi yang relevan dengan usaha masing-masing.

Untuk mendukung keberlanjutan, peserta diberikan akses ke akun Canva premium yang dapat dimanfaatkan selama satu tahun, sehingga mereka dapat terus mengembangkan desain setelah kegiatan selesai. Metode penyampaian dilakukan secara interaktif melalui presentasi, diskusi, serta praktik langsung dengan fasilitator yang siap membantu setiap peserta secara individual.

### **Tahap Pendampingan Lanjutan**

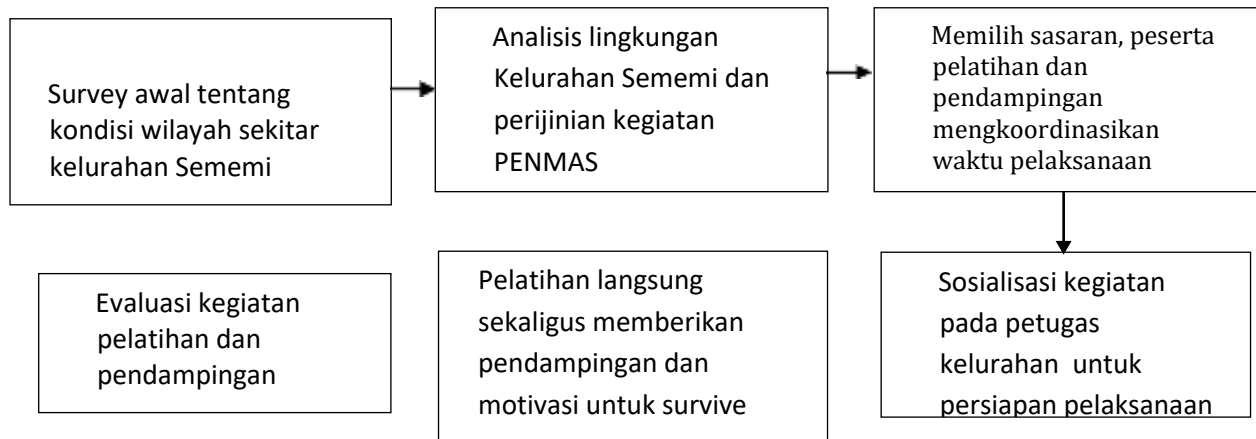
Tahap pendampingan lanjutan dilakukan melalui evaluasi hasil karya, diskusi kelompok, dan pembentukan komunitas digital UMKM Sememi yang difasilitasi oleh aparat kelurahan dan tim pengabdian. Pendampingan ini berlangsung secara berkelanjutan melalui grup komunikasi daring (WhatsApp/Facebook) untuk memberikan materi tambahan, tips desain kreatif, serta evaluasi konten yang telah dibuat oleh peserta.

### **Instrumen Evaluasi**

Evaluasi keberhasilan program dilakukan menggunakan instrumen berikut:

1. **Observasi kemampuan praktik:** Pengamatan langsung terhadap kemampuan peserta dalam mengoperasikan Canva dan menghasilkan desain.
2. **Kuesioner penilaian diri:** Peserta diminta mengisi kuisisioner untuk menilai peningkatan kompetensi mereka dalam membuat konten promosi digital.
3. **Dokumentasi hasil karya:** Pengumpulan dan analisis desain yang dihasilkan peserta sebagai bukti peningkatan keterampilan.
4. **Pengukuran pemanfaatan media sosial:** Pelacakan aktivitas posting konten promosi peserta di media sosial pasca pelatihan.

Diagram alur proses pendampingan,



**Gambar 1** Alur Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Peserta dan Komposisi Usaha

Peserta kegiatan berjumlah 36 pelaku UMKM yang bergerak di sektor kuliner (44%), fashion (28%), kerajinan (17%), dan jasa (11%). Sebaran ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta berasal dari usaha kuliner, yang umumnya sangat membutuhkan konten visual menarik untuk menampilkan produk di media sosial dan platform digital lain. Keberagaman profil usaha menjadi potensi sekaligus tantangan, karena fasilitator perlu memberikan contoh desain yang aplikatif untuk berbagai kategori produk dan jasa. Tabel 1 menyajikan data sebaran peserta berdasarkan jenis usaha yang dijalankan:

**Tabel 1. Sebaran Peserta Berdasarkan Jenis Usaha**

Jenis Usaha	Jumlah Peserta	Persentase
Kuliner	16	44%
Fashion	10	28%
Kerajinan	6	17%
Jasa	4	11%
<b>Total</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

### Proses Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada 26 Juni 2025 di Aula Kelurahan Sememi dengan didukung penuh oleh aparaturnya. Proses pelaksanaan berlangsung dengan kombinasi metode ceramah interaktif, demonstrasi, dan praktik langsung. Peserta terlihat antusias ketika ditunjukkan contoh-contoh desain logo, label, dan poster promosi yang dibuat dengan Canva, terutama karena mereka dapat langsung memodifikasi template sesuai identitas usaha masing-masing. Pendekatan praktik

tangan pertama (hands-on) membantu peserta yang sebelumnya belum familiar dengan aplikasi desain untuk lebih cepat memahami alur kerja pembuatan konten promosi digital.



**Gambar 1. Sambutan dan Pembukaan Kegiatan oleh Pak Lurah**

Pada **gambar 1**, Awal pelaksanaan kegiatan dibuka oleh Bapak Lurah Sememi yang menyampaikan sambutan dan antusiasnya atas kehadiran Tim Penmas dari Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, yang dilanjutkan dengan pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang disampaikan oleh Ketua Tim Pelaksana kegiatan, Dewi Nuraini, SE, MSM. (**Gambar 2**) dalam pelatihan semua peserta menggunakan perangkat Handphone masing masing dan diberikan akun premium dari Tim Pelaksana selama 1 tahun free. Para peserta dengan antusias mengikuti pelatihan dan pendampingan oleh anggota lainnya, Ibu Evianah, SE, MSI dan Bapak Hendra Presetya, SE, M.Ak dan beberapa mahasiswa yang juga membantu pelaksanaan Kegiatan penmas tersebut, Vanda dan Zavina yang turut membantu pendampingan saat pelatihan berlangsung mereka turut mengarahkan bagaimana menggunakan fitur fitur yang ada di Canva. Pada **Gambar 3** para peserta mengikuti kegiatan dengan serius karena menurut salah satu peserta ada yang menggunakan canva namun gambar yang mereka gunakan untuk logo atau stiker produk terlihat pecah atau kurang fokus, dan di pelatihan di ajarkan bagaimana menghasilkan gambar yang jelas dan tidak pecah. Antusiasme dari peserta juga membuat kami semangat dalam memberikan pelatihan yang terkait dengan keberlanjutan usaha mereka di tengah persaingan promosi produk secara digital.



Gambar 2

Fasilitator Menyampaikan Materi Pemasaran Digital dan Penggunaan Canva



Gambar 3.

Peserta Melakukan Praktik Langsung Penggunaan Canva

### Peningkatan Kemampuan Desain Peserta

Hasil evaluasi pasca pelatihan menunjukkan bahwa **85% peserta telah mampu membuat konten promosi digital secara mandiri menggunakan Canva**. Pencapaian ini sangat signifikan mengingat mayoritas peserta sebelumnya belum pernah menggunakan aplikasi desain sebelumnya. Peserta berhasil menghasilkan berbagai jenis desain, di antaranya:

- ✓ Logo dan identitas merek sederhana
- ✓ Label dan stiker untuk kemasan produk
- ✓ Poster promosi untuk media sosial
- ✓ Katalog digital produk
- ✓ Desain banner untuk toko atau website
- ✓ Template konten untuk feed Instagram dan Stories

### Persepsi Kualitas dan Peningkatan Promosi

Sekitar 75% peserta menyatakan bahwa konten promosi yang mereka hasilkan setelah pelatihan terlihat lebih menarik dibanding desain sebelumnya, baik dari sisi tata letak, pemilihan warna, maupun konsistensi penempatan logo. Aspek visual yang mengalami perbaikan signifikan mencakup:

1. Konsistensi penggunaan warna brand di berbagai materi promosi
2. Tipografi yang lebih profesional dan mudah dibaca
3. Tata letak desain yang seimbang dan menarik perhatian
4. Penggunaan elemen grafis yang relevan dengan produk
5. Perpaduan foto produk dengan background dan text yang harmonis

### Peningkatan Aktivitas Media Sosial

70% peserta mulai lebih aktif menggunakan media sosial sebagai saluran promosi utama, dengan memposting desain baru yang dibuat melalui Canva ke platform seperti Instagram, WhatsApp Business, dan Facebook. Peningkatan aktivitas ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya belajar menggunakan aplikasi, tetapi juga mulai menerapkan strategi pemasaran digital yang lebih terstruktur dalam operasional usaha sehari-hari.

**Tabel 2. Hasil Evaluasi Dampak Pelatihan**

Indikator Keberhasilan	Hasil	Persentase
Kemampuan membuat konten digital mandiri	32 dari 36 peserta	85%
Persepsi peningkatan kualitas desain	27 dari 36 peserta	75%
Peningkatan aktivitas promosi media sosial	25 dari 36 peserta	70%
Pemahaman strategi pemasaran digital visual	30 dari 36 peserta	83%

## PEMBAHASAN

Keberhasilan kegiatan pelatihan Canva ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa intervensi pelatihan desain dan pemasaran digital yang aplikatif dapat meningkatkan kapasitas promosi UMKM (Ahmad Cucus et al., 2022; Evianah et al., 2023). Beberapa faktor kunci yang mendukung keberhasilan program ini meliputi:

### 1. Pemilihan Tools yang Tepat

Aplikasi Canva terbukti sangat sesuai dengan kebutuhan UMKM karena tiga alasan utama: (a) **kemudahan penggunaan** - antarmuka yang intuitif memungkinkan pengguna tanpa latar belakang desain untuk membuat konten profesional dalam waktu singkat; (b) **affordability** - template gratis dan premium yang terjangkau memberikan fleksibilitas biaya bagi UMKM; dan (c) **versatility** - template yang beragam dapat disesuaikan dengan berbagai jenis usaha dan konten promosi.

### 2. Pendekatan Pelatihan Partisipatif

Kombinasi antara ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung (hands-on) terbukti efektif dalam meningkatkan adopsi teknologi. Sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menggunakan aplikasi setelah sesi praktik, khususnya ketika fasilitator memberikan feedback individual dan personal guidance. Metode ini lebih efektif dibanding pelatihan berbasis materi saja tanpa praktek.

### 3. Dukungan Infrastruktur dan Fasilitas

Keterlibatan aktif Kelurahan Sememi dalam penyediaan fasilitas (ruang, peralatan, konsumsi), koordinasi peserta, dan pendampingan pascapelatihan melalui grup komunitas daring menjadi faktor kunci yang mendukung keberlanjutan program. Penyediaan akses Canva premium selama satu tahun juga memungkinkan peserta untuk terus mengembangkan keterampilan mereka tanpa hambatan biaya.

#### 4. Pembentukan Komunitas Daring

Pembentukan komunitas digital UMKM Sememi sebagai wadah berbagi tips, memberikan feedback, dan saling belajar antar peserta menunjukkan model pendampingan berkelanjutan yang efektif. Komunitas ini menjadi jembatan antara kegiatan pelatihan formal dan aplikasi praktik di lapangan.

#### Kendala dan Pembelajaran

Meskipun hasil kegiatan sangat positif, masih terdapat beberapa kendala yang perlu diperhatikan untuk perbaikan ke depan:

##### Kendala Teknis

1. **Keterbatasan Perangkat:** Tidak semua peserta memiliki perangkat memadai; sebagian hanya menggunakan telepon genggam dengan keterbatasan kapasitas penyimpanan dan ukuran layar, yang menyulitkan ketika mengerjakan desain detail. Solusi: menyediakan akses laboratorium komputer untuk sesi praktik lanjutan.
2. **Koneksi Internet Tidak Stabil:** Koneksi internet yang tidak stabil pada saat pelatihan sempat menghambat proses akses template dan pengunggahan desain ke media sosial. Solusi: koordinasi dengan provider lokal atau menggunakan konten offline-first.

##### Kendala Non-Teknis

1. **Keberagaman Literasi Digital:** Peserta berasal dari berbagai latar belakang usia dan pendidikan, sehingga kemampuan adaptasi terhadap aplikasi Canva berbeda-beda. Hal ini menyebabkan fasilitator harus mengulang beberapa materi dasar. Solusi: membuat program pelatihan bertingkat atau modul pembelajaran yang dapat diakses kembali.
2. **Keterbatasan Waktu Pelaksanaan:** Durasi pelatihan relatif singkat (satu hari penuh) dibandingkan dengan materi yang cukup banyak. Akibatnya, beberapa materi lanjutan, seperti strategi branding terpadu dan integrasi multi-channel, hanya dapat dijelaskan secara garis besar.

#### KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi Canva bagi pelaku UMKM di Kelurahan Sememi berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten promosi digital secara mandiri dan mendorong pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran yang lebih intensif. Mayoritas peserta (85%) menyatakan bahwa mereka mampu membuat konten promosi digital secara mandiri, 75% menilai bahwa desain promosi yang mereka hasilkan tampak lebih menarik dan profesional dibanding sebelumnya, dan 70% mulai lebih aktif memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka.

Keberhasilan program ini didukung oleh pemilihan tools yang tepat (Canva), pendekatan pembelajaran partisipatif, dukungan infrastruktur dari mitra kelurahan, dan pembentukan komunitas daring untuk pendampingan berkelanjutan. Meskipun masih terdapat kendala berupa keterbatasan perangkat, ketidakstabilan koneksi internet, dan perbedaan tingkat literasi digital peserta, dukungan akses Canva premium dan pendampingan pascapelatihan membuka peluang keberlanjutan pengembangan

konten pemasaran digital oleh peserta.

Disarankan agar program ini dilanjutkan dengan: (1) pelatihan tahap berikutnya yang berfokus pada strategi branding terintegrasi, analitik media sosial, dan integrasi e-commerce; (2) pengukuran dampak jangka panjang terhadap peningkatan penjualan dan aksesibilitas pasar peserta; (3) perluasan jangkauan ke UMKM lain di kelurahan sekitar; dan (4) pengembangan modul pembelajaran digital yang dapat diakses peserta untuk pembelajaran berkelanjutan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad Cucus, et al. (2022). Pelatihan dan pendampingan digital marketing UMKM penghasil keripik KSU Gapoktan Rukun Santoso Desa Bumi Sari Kecamatan Natar. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 1(1). <https://jpu.ubl.ac.id/index.php/jpu>
- Ardianto, G. (2012). *Gagalnya perencanaan bisnis* (Cetakan pertama). Metagraf.
- Danurwindo, & Muhammad Alhakim. (2021). Meningkatkan penjualan melalui konten digital marketing bagi pelaku UMKM terdampak pandemi COVID-19 di Kelurahan Sememi. *Humanism: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/HMN>
- Digital marketing trends*. (2020, September 29). Ini alasan digital marketing makin penting saat pandemi. *Teknologi Bisnis*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20200929/84/1297962/ini-alasan-digital-marketing-makin-penting-saat-pandemi>
- Evianah, Nuraini, D., & Prasetya, H. (2023). Training and guarantee in use TikTok features for product marketing in devotion and accompanying in Kelurahan Benowo Kecamatan Sememi Surabaya. *Journal of Community Service and Engagement*. <http://jocosae/article/view/190/102>
- Nuraini, D., Prasetya, H., & Evianah. (2024). Assistance in preparing business plans in Sememi Sub-District, Benowo Sub-District, Surabaya City. *Journal of Community Service and Engagement*, 4(4). <http://jocosae>
- Nuraini, D., & Prasetya, H. (2021). Utilization of clover plants for economic improvement of Investa Dana Dollar Mandiri in Setro Village. *International Journal of Community Service*. <http://ijcsnet.id/index.php/go/article/view/23>
- Rangkuti, F. (2010). *Business plan*. PT Gramedia.
- Sidiq, I. G. (2013). *Bisnis sukses*. PT Gramedia.
- Emridawati, E. (2020). Implementasi digital marketing pada UMKM Jull. *Rangkiang: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat LPPM*, artikel=3600778. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3600778garuda.ke mdikbud>
- Khoirina, M. M. (n.d.). Pelatihan pembuatan kemasan melalui media Canva untuk meningkatkan nilai jual produk pada Pokja II TP PKK Kecamatan se-Kabupaten Gresik. *Garuda - Garba Rujukan Digital*. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3098087garuda.kemdikbud>
- Oribel, F. (2022). Optimalisasi media promosi digital sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Pengabdian*, artikel=3455512. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3455512garuda.ke mdikbud>
- Pratiwi, A., & Tim. (2025). Pelatihan digital marketing untuk UMKM melalui konten

- promosi menggunakan Canva di Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2808.  
<https://ejournal.unmuhjember.ac.id/index.php/manage/article/view/2808ejournal.unmuhjember+1>
- Putra, I. G. A. K. (n.d.). Peningkatan daya saing UMKM melalui pelatihan digital marketing menggunakan Canva. *Iga Kerta Journal*, 8/10.  
<https://igakerta.com/jurnal/index.php/iga/article/download/8/10igakerta>
- Sari, R. (2024). Peran aplikasi Canva dalam mendukung UMKM di era digital. *Jisamar*, 8(2),343-350.  
<https://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/article/download/1448/906/journal.stmikjayakarta>
- Tim Pengabdian. (n.d.). Pelatihan AI dan Canva untuk pemasaran produk UMKM. *AMPKM Journal*, 275/320.  
<https://www.ejournal-rmg.org/index.php/AMPKM/article/download/275/320ejournal-rmg>