

**PEMANFAATAN APLIKASI CANVA SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
KREATIF UMKM DI DESA AGROWISATA EDUKASI SUNGAI JAWI,  
PALEMBANG**

***UTILIZATION OF CANVA APPLICATION AS CREATIVE PROMOTION  
MEDIA FOR MSME IN SUNGAI JAWI EDUCATIONAL AGROTOURISM  
VILLAGE, PALEMBANG***

**Parama Santati<sup>1)</sup>, Zunaidah<sup>2)</sup>, Nia Meitisari<sup>3)</sup>, Melisa Ariani Putri<sup>4)</sup>, Eogenie  
Lakilaki<sup>5)</sup>, Apriyan Akagani<sup>6)</sup>, Alfria Hazania<sup>7)</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya

<sup>1</sup>Email: [santati@unsri.ac.id](mailto:santati@unsri.ac.id)

*Naskah diterima tanggal 10-02-2025, disetujui tanggal 14-02-2025, dipublikasikan tanggal 30-04-2025*

**Abstrak:** Teknologi informasi berperan penting dalam ekonomi digital dewasa ini, terutama dalam memasarkan produk dan jasa, termasuk UMKM di Indonesia. Namun masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknik bisnis digital sebagai media promosi kreatif untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya, salah satunya adalah UMKM Pokdarwis Desa Agrowisata Sungai Jawi Palembang yang memproduksi minuman herbal. Karena keterbatasan pengetahuan dalam pemanfaatan aplikasi digital, kemasan produk yang dihasilkan relatif masih sederhana dengan tampilan merek yang juga masih sederhana, sehingga kurang menarik pembeli. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kompetensi digital anggota UMKM Pokdarwis Palembang, terutama dalam membuat konten promosi yang kreatif dan inovatif berbasis Canva. Peningkatan kompetensi digital ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan UMKM Pokdarwis dalam melakukan promosi melalui media sosial dengan menggunakan aplikasi Canva. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan metode ceramah, tutorial/pendampingan, dan diskusi. Peserta melakukan praktik membuat konten promosi digital dengan menggunakan aplikasi Canva. Evaluasi dilaksanakan terhadap peningkatan pemahaman peserta akan materi yang dilatih dalam bentuk *pre-test* dan *post-test* serta evaluasi pelaksanaan kegiatan. Setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan, kemampuan peserta dalam membuat bahan promosi dengan menggunakan aplikasi Canva semakin baik. Peserta juga mendapat tambahan pengetahuan tentang promosi digital.

**Kata Kunci:** *Digital marketing, Media promosi kreatif, Canva, UMKM*

**Abstract:** *Information technology plays an important role in today's digital economy, especially in marketing products and services, including MSMEs in Indonesia. However, there are still many MSMEs that have not fully utilized digital business techniques as a creative promotional media to introduce and market their products, one of which is the MSME Pokdarwis Agrowisata Village Sungai Jawi Palembang which produces herbal drinks. Due to limited knowledge in utilizing digital applications, the product packaging produced is still relatively simple with a brand display that is also still simple, so it is less attractive to buyers. The purpose of this community service activity is to improve the digital competence of MSME Pokdarwis Palembang members, especially in creating creative and innovative*

*promotional content based on Canva. This increase in digital competence is expected to improve the ability of MSME Pokdarwis to promote through social media using the Canva application. The implementation of the activity was carried out using the lecture method, tutorials/mentoring, and discussions. Participants practiced creating digital promotional content using the Canva application. Evaluation was carried out on improving participants' understanding of the material trained in the form of pre-tests and post-tests as well as evaluation of the implementation of activities. After receiving training and mentoring, participants' abilities in creating promotional materials using the Canva application improved. Participants also gain additional knowledge about digital promotions.*

**Keywords:** *Digital marketing, Creative promotion media, Canva, MSME*

## **PENDAHULUAN**

Pada era digital saat ini, teknologi digital tidak hanya dapat digunakan untuk memperoleh informasi yang kita perlukan atau sebagai alat komunikasi, namun juga berperan penting dalam ekonomi digital. Pada tahun 2024, Pemerintah telah menargetkan pertumbuhan ekonomi digital sebesar 3,17% hingga 4,66%. Hal ini terutama didorong dengan semakin berkembangnya *e-commerce* di Indonesia (SIRCLO, 2023), termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan salah satu sektor bisnis yang sangat penting dalam menunjang kemajuan perekonomian Indonesia (Effendi, *et., al.*, 2022).

Meskipun banyak UMKM yang telah berkembang dan memanfaatkan bisnis digital sebagai teknologi informasi dalam kegiatan usahanya, masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknik bisnis digital khususnya media jejaring sosial, serta belum memahami besarnya manfaat dan peran media jaringan sosial (Kano, *et., al.*, 2022; Wijayanti, *et., al.*, 2022; Zahrosa, *et., al.*, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad & Purnomo (2021) menemukan bahwa teknologi informasi berperan dalam meningkatkan jumlah produksi, penjualan, pendapatan serta jumlah konsumen baru pada UMKM. Namun demikian, penelitian tersebut juga menemukan kendala yang dihadapi oleh banyak pelaku usaha UMKM adalah keterbatasan pengetahuan mereka tentang teknologi informasi. Sementara itu, studi yang dilakukan oleh Kano, *et., al.*, (2022) membuktikan bahwa strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif UMKM. Meskipun demikian, studi ini menyarankan agar pemanfaatan media sosial dan *website*

UMKM perlu dioptimalkan, karena saat ini kebanyakan media sosial yang dimiliki UMKM kurang mutakhir, kurang informasional, dan kurang partisipatif.

UMKM Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) merupakan UMKM yang berada di Desa Wisata Edukasi Sungai Jawi Kecamatan Kalidoni. UMKM ini memproduksi minuman herbal seperti teh bunga telang, teh jahe merah, teh herbal rosela, teh herbal daun sacha inchi, dan ekstrak jahe merah. Produk yang dihasilkan oleh UMKM Pokdarwis dijual hanya pada saat ada pameran atau kegiatan-kegiatan kemasyarakatan. Sebenarnya produk yang dihasilkan sangat bermanfaat bagi kesehatan, namun saat ini UMKM ini belum berproduksi secara kontinyu.

Karena keterbatasan pengetahuan dalam pemanfaatan aplikasi digital, kemasan produk yang dihasilkan relatif masih sederhana dengan tampilan merek yang juga masih sederhana. Selain itu, untuk mempromosikan produknya, para anggota UMKM Pokdarwis juga belum dapat membuat bahan promosi yang baik. Untuk membuat leaflet atau bahan promosi lainnya, mereka biasanya menyerahkan kepada jasa *digital printing*. Dengan demikian, biaya kemasan dan biaya promosi meningkat. Di samping itu, UMKM Pokdarwis belum memanfaatkan media sosial dengan baik dalam rangka promosi dan melakukan penjualan produknya. Meskipun mereka telah memiliki akun media sosial seperti Instagram, tampilan yang ada di media sosial tersebut masih sangat sederhana dan sangat minim informasi, sehingga kurang menarik calon konsumen.

Berbagai upaya telah dilaksanakan oleh banyak pihak untuk membantu UMKM dalam meningkatkan kemampuan digitalnya dalam rangka meningkatkan penjualan dan pangsa pasarnya, terutama untuk melakukan promosi digital. Pelatihan pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media promosi kreatif yang dilakukan oleh Dewi, *et., al.*, (2023), Dharomesz, *et., al.*, (2023), Saehan, *et., al.*, (2023), Qisthiano & Pramana, (2023), dan Effendi, *et., al.*, (2022) telah meningkatkan kemampuan para peserta UMKM dalam memanfaatkan aplikasi Canva sebagai media promosi digital. Aplikasi Canva dipilih sebagai media promosi digital karena mudah digunakan dan menyediakan *template* dan disain yang beragam dan dapat diperoleh secara gratis (Dewi, *et., al.*, 2023; Dharomesz, *et., al.*, 2023). Selain UMKM, pelatihan pemanfaatan aplikasi Canva sebagai media promosi digital lembaga pendidikan juga telah dilaksanakan oleh Fahminnansih, *et.,*

al., (2021) dan Badrul, *et., al.*, (2023). Hasil pelatihan menunjukkan bahwa kompetensi peserta tentang penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten promosi digital semakin meningkat.

Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh beberapa pihak di atas membuktikan bahwa aplikasi Canva merupakan aplikasi yang cukup populer sebagai media promosi digital dalam rangka *digital marketing*. Berbagai pelatihan yang dilaksanakan juga menyiratkan bahwa masih diperlukan upaya-upaya untuk meningkatkan kompetensi digital para pelaku UMKM untuk membuat konten promosi digital dan disain merek pada kemasan produk untuk meningkatkan daya jualnya. Dengan demikian, UMKM akan memiliki keunggulan kompetitif.

Sebagian besar anggota UMKM Pokdarwis adalah para pemuda putus sekolah. Mereka kurang memiliki pengetahuan tentang penggunaan aplikasi digital khususnya Canva untuk membuat konten yang kreatif dan inovatif pada media sosial UMKM. Mereka juga kurang mampu untuk membuat bahan paparan dan leaflet untuk promosi jika ada pameran produk UMKM. Akibatnya tingkat penjualan tidak memberikan hasil yang baik.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya telah melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini dalam bentuk penyelenggaraan pelatihan dan pendampingan tentang pemanfaatan aplikasi Canva untuk membuat konten promosi yang kreatif dan inovatif bagi para anggota UMKM Pokdarwis di Desa Wisata Edukasi Sungai Jawi, Kecamatan Kalidoni Kota Palembang. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kompetensi digital anggota UMKM terutama dalam membuat konten promosi yang kreatif dan inovatif berbasis Canva. Peningkatan kompetensi digital ini diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan produk UMKM Pokdarwis. Dengan demikian, diharapkan pendapatan UMKM juga akan meningkat.

## **METODE**

Khalayak Sasaran adalah anggota UMKM Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) Desa Wisata Edukasi Sungai Jawi, Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang, sebanyak 20 orang. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan metode ceramah,

tutorial/pendampingan dan diskusi. Peserta melakukan praktik membuat konten promosi digital dengan menggunakan aplikasi Canva, dipandu oleh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dan dibantu oleh mahasiswa.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi kegiatan. Pada tahap persiapan dilakukan observasi dan wawancara ke UMKM sasaran untuk mengetahui permasalahan yang terjadi terkait dengan pemasaran produk, dan penyusunan materi pelatihan. Selanjutnya dilakukan koordinasi dengan pengurus UMKM untuk menentukan waktu pelaksanaan dan peserta yang akan mengikuti pelatihan dan pendampingan. Selanjutnya, pelaksanaan dilakukan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan kepada peserta, dengan menggunakan teknik ceramah, diskusi, dan praktik. Untuk keperluan praktik penggunaan aplikasi Canva, setiap peserta menyiapkan perangkat telepon selular atau laptop yang mampu mengoperasikan aplikasi Canva. Pelatihan dilakukan secara tatap muka (*offline*). Sementara itu, evaluasi kegiatan dilakukan dalam dua bentuk, yaitu evaluasi terhadap pemahaman materi pelatihan dan evaluasi penyelenggaraan kegiatan. Evaluasi terhadap pemahaman peserta dilakukan dalam bentuk *pre test* dan *post test*. Evaluasi penyelenggaraan kegiatan dilakukan dengan metode *short period*, yaitu evaluasi yang dilakukan sesaat setelah penyampaian materi dilakukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pelatihan dan pendampingan dilaksanakan di tempat pertemuan UMKM Pokdarwis, Desa Agrowisata Sungai Jawi, Palembang pada bulan Agustus 2024. Dari rencana peserta 20 orang, pada pelaksanaan jumlah peserta yang hadir adalah 24 orang. Peserta terdiri dari 14 laki-laki dan 10 perempuan. Sebagian besar peserta berusia di bawah 25 tahun sebanyak 14 orang (58,3%). Peserta dengan usia 25–40 tahun berjumlah 7 orang (29,2%), dan selebihnya adalah peserta dengan usia di atas 40 tahun (12,5%). Pendidikan mayoritas peserta adalah SMA yang berjumlah 16 orang (66,7%), sementara peserta dengan latar belakang pendidikan Strata 1 (S1) berjumlah 7 orang (29,2%), dan satu orang dengan pendidikan lulusan Diploma Tiga (D3).

Sebelum memulai sesi pelatihan, para peserta mengikuti *pre-test* yang dirancang untuk mengukur tingkat pengetahuan dan kemampuan mereka dalam promosi digital serta penggunaan Canva. *Pre-test* ini berfungsi untuk menilai sejauh mana pemahaman peserta sebelum mendalami materi pelatihan. Dengan demikian, proses belajar dapat lebih efektif dan terukur.

Kegiatan berikutnya adalah pemaparan materi tentang Promosi Digital dan manfaatnya bagi UMKM. Materi disampaikan oleh Dr. Zunaidah, S.E., M.Si, yang merupakan anggota tim pengabdian sebagaimana yang terlihat pada Gambar 1. Materi mencakup pengenalan promosi digital, manfaat yang bisa diperoleh UMKM, serta tantangan yang sering dihadapi dalam menjalankannya. Selain itu, disampaikan pula kisah sukses UMKM yang berhasil memanfaatkan media sosial sebagai platform promosi. Materi ini juga menekankan pentingnya promosi digital bagi UMKM di era teknologi saat ini. Dengan pemahaman ini, UMKM diharapkan dapat lebih kompetitif dan adaptif terhadap perubahan pasar, serta memanfaatkan peluang besar yang ditawarkan oleh teknologi digital.



**Gambar 1.** Materi Promosi Digital oleh Dr. Zunaidah, S.E., M.Si

Sesi berikutnya adalah pengenalan aplikasi Canva serta penjelasan tentang berbagai *tools* di dalamnya, disampaikan oleh anggota tim yaitu disampaikan oleh Eogenie Lakilaki. Pada sesi ini disoroti pentingnya penggunaan Canva sebagai alat dalam pembuatan media promosi digital untuk UMKM. Dengan berbagai *template* yang tersedia, Canva memungkinkan UMKM untuk membuat desain yang profesional dan menarik, seperti logo, *flyer*, dan presentasi, tanpa perlu keterampilan desain yang mendalam. Penggunaan Canva membantu UMKM menciptakan materi promosi yang konsisten dan berkualitas tinggi, meningkatkan daya tarik visual produk mereka di media sosial dan platform digital lainnya. Pada

sesi ini juga diberikan contoh-contoh desain untuk membuat merek dan bahan presentasi.



**Gambar 2.** Materi Pengenalan Aplikasi Canva dan Sesi Diskusi

Selama penyampaian materi, instruktur juga mengadakan sesi tanya jawab dan diskusi dengan para pelaku UMKM. Pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan pengalaman menggunakan Canva dalam pembuatan desain promosi *online*. Peserta terlihat sangat antusias menyimak materi.

Kegiatan berikutnya adalah sesi praktik dimana peserta diminta untuk membuat desain promosi *online* menggunakan Canva. Peserta merancang logo, *flyer* promosi, dan presentasi bahan paparan dalam rangka promosi. Dengan memanfaatkan *template* desain yang telah disediakan, mereka berkreasi sesuai dengan produk yang dijual. Selama proses ini, para pelaku UMKM dibimbing oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, yang dibagi menjadi tiga kelompok: Kelompok 1 dipimpin oleh Alfitrah Salam, Kelompok 2 oleh Alfria Hazania, dan Kelompok 3 oleh Apriyan Akagani. Sementara itu, dosen anggota tim pengabdian memantau praktik ketiga kelompok tersebut. Para tutor bertugas mengarahkan peserta dalam menggunakan berbagai *tools* di Canva, seperti pemilihan *font*, warna, gambar, serta grafik, untuk menghasilkan desain yang menarik dan efektif sebagaimana yang terlihat pada Gambar 3.

# INTEGRITAS : Jurnal Pengabdian

Vol 9 No 1, Januari – Juli 2025

ISSN 2580 – 7978 (cetak) ISSN 2615 – 0794 (online)



**Gambar 3.** Sesi Pendampingan Pembuatan Desain Melalui Canva

Setelah semua desain selesai, hasil karya para UMKM diperiksa dan dinilai oleh tim pengabdian. Selain praktik langsung membuat desain merek produk, peserta juga diberikan tugas tambahan berupa desain bahan presentasi. Gambar 4 memperlihatkan desain merek produk mereka sebelum pelatihan, dan Gambar 5 memperlihatkan desain merek produk yang dibuat pada saat pelatihan.



**Gambar 4.** Disain Merek Produk Sebelum Pelatihan



**Gambar 5.** Hasil Desain Merek Para Peserta Pelatihan

Evaluasi dilaksanakan dalam dua bentuk, yaitu evaluasi terhadap pemahaman materi yang diberikan dan evaluasi terhadap penyelenggaraan kegiatan. Evaluasi terhadap pemahaman materi dilaksanakan dengan menilai hasil *pre-test* dan *post*

*test* yang diisi oleh peserta. Perbandingan hasil *pre-test* dan *post test* dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Perbandingan Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test* Peserta

No	Jenis Kelamin	Menggunakan Aplikasi Canva	Pre Test	Post Test
1	Laki-Laki	Belum Pernah	60	80
2	Laki-Laki	Belum Pernah	60	90
3	Laki-Laki	Belum Pernah	70	80
4	Perempuan	Pernah	90	100
5	Perempuan	Belum Pernah	80	100
6	Laki-Laki	Belum Pernah	70	70
7	Perempuan	Pernah	90	90
8	Perempuan	Pernah	90	100
9	Laki-Laki	Belum Pernah	90	100
10	Laki-Laki	Belum Pernah	60	90
11	Perempuan	Belum Pernah	70	100
12	Perempuan	Pernah	90	100
13	Perempuan	Pernah	90	100
14	Laki-Laki	Belum Pernah	80	100
15	Perempuan	Belum Pernah	70	100
16	Perempuan	Pernah	70	100
17	Laki-Laki	Belum Pernah	90	100
18	Laki-Laki	Belum Pernah	80	100
19	Laki-Laki	Belum Pernah	80	100
20	Laki-Laki	Belum Pernah	80	90
21	Laki-Laki	Belum Pernah	70	90
22	Laki-Laki	Pernah	60	90
23	Perempuan	Belum Pernah	70	100
24	Laki-Laki	Belum Pernah	80	100
<b>Rata-rata nilai</b>			<b>76,67</b>	<b>94,58</b>

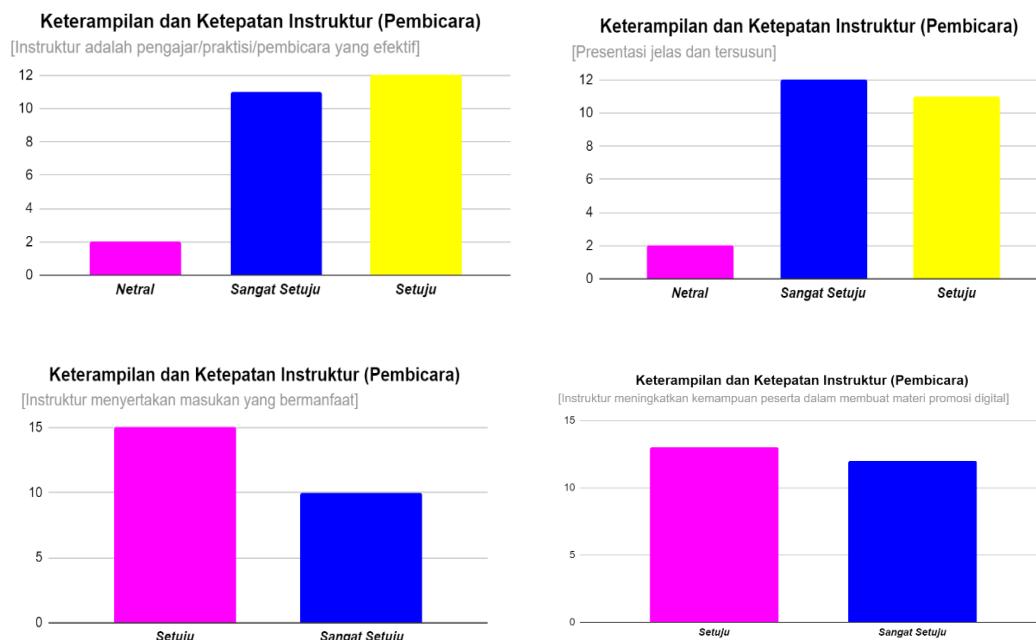
Sumber: Data diolah dari hasil *pre-test* dan *post-test* kegiatan pengabdian, 2024

Hampir semua peserta mengalami peningkatan hasil dari *pre-test* ke *post-test*. **Nilai tertinggi *post-test* adalah 100**, yang dicapai oleh banyak peserta, baik yang sebelumnya pernah menggunakan Canva maupun yang belum. **Peningkatan yang signifikan** terlihat pada peserta yang memiliki nilai *pre-test* lebih rendah (60–80) dan mencapai nilai *post-test* 100. Nilai rata-rata peserta meningkat dari 76,67 menjadi 94,58. Hal ini memperlihatkan adanya peningkatan pengetahuan peserta tentang promosi digital dan pemanfaatan aplikasi Canva untuk mendukung promosi

digital dengan mengikuti pelatihan ini. Hasil ini juga menunjukkan bahwa pelatihan sangat efektif, terutama bagi peserta yang memiliki nilai awal yang lebih rendah.

Evaluasi terhadap penyelenggara kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mencakup 4 aspek, yakni kontribusi program, keterampilan instruktur, materi yang diberikan dan fasilitas. Hasil evaluasi menunjukkan peserta merasa bahwa tingkat keterampilan/pengetahuan mereka meningkat setelah mengikuti pelatihan.

Evaluasi mengenai keterampilan dan ketepatan instruktur dalam menyampaikan materi, menunjukkan bahwa mayoritas peserta memberikan penilaian positif terhadap keterampilan dan ketepatan instruktur dalam pelatihan ini. Sebagian besar peserta menyatakan sangat setuju bahwa instruktur adalah pengajar yang efektif, mampu memberikan presentasi yang jelas dan terstruktur, serta memberikan masukan yang bermanfaat. Selain itu, instruktur dinilai berhasil meningkatkan keterampilan peserta, khususnya dalam promosi digital.



**Gambar 6.** Grafik Keterampilan Dan Ketepatan Instruktur (Pembicara)

Evaluasi mengenai Konten (Isi) Pelatihan, menunjukkan lima aspek yang diukur, yang mencakup kejelasan tujuan pembelajaran, keteraturan dan konsistensi konten pelatihan, relevansi materi, partisipasi peserta, serta manfaat materi untuk pekerjaan. yaitu mayoritas responden lebih banyak memilih "Sangat Setuju" pada setiap aspek pelatihan,

Pada evaluasi tentang pendukung pelatihan, secara keseluruhan, para peserta berpendapat bahwa sebagian besar fasilitas yang disediakan dinilai sangat baik, terutama dalam aspek bahan praktik dan pemenuhan konsumsi.

Sebagai umpan balik dari peserta pelatihan terkait aspek yang paling berkesan dan saran untuk peningkatan di masa depan. Beberapa peserta menyatakan bahwa aspek yang paling mereka apresiasi adalah materi langsung praktik dan penggunaan aplikasi desain seperti Canva. Banyak peserta juga menekankan keinginan untuk durasi pelatihan yang lebih lama.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan tentang promosi digital di media sosial dan pemanfaatan canva sebagai media untuk pembuatan desain konten bagi para anggota UMKM Pokdarwis di desa Agrowisata Sungai Jawi, Kalidoni. Untuk itu, kegiatan pelatihan sebagian besar berupa kegiatan interaktif dengan melakukan pembuatan desain melalui canva berupa logo, flyer, dan bahan presentase. Kemampuan peserta dalam keterampilan promosi digital dan penggunaan Canva sebagai *tools* media promosi menjadi lebih baik setelah mengikuti pelatihan. Kegiatan ini dirasakan manfaatnya oleh para peserta karena mereka merasakan mendapat pengetahuan tentang cara melakukan promosi digital dan penggunaan canva yang lebih baik. Kegiatan ini perlu dikembangkan pada literasi teknologi informasi lainnya untuk mendukung kegiatan UMKM, seperti pemanfaatan aplikasi keuangan digital, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran produk hasil UMKM.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Sriwijaya, Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sriwijaya, pimpinan dan segenap anggota UMKM Pokdarwis, serta mahasiswa dan alumni anggota tim pengabdian, yaitu: Eogenie Lakilaki, Apriyan Akagani, Alfira Hazania, Alfitra Salam, Diaz Safani. Publikasi artikel ini dibiayai oleh Anggaran DIPA Badan Layanan Umum Universitas Sriwijaya Tahun Anggaran 2024 SP DIPA-023.17.2.677515/2024 Tanggal 24 November 2023.

Sesuai dengan SK Rektor Nomor: 0008/UN9/SK.LP2M.PM/2024 Tanggal 10 Juli 2024.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A., & Purnomo, S. (2021). Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *Sebatik*, 25(1), 234–240. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1293>
- Badrul, M., Septiana, L., Budihartanti, C., & Dewi, Y. N. (2023). Pelatihan Digital dengan Aplikasi Canva Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi di TPQ Bina Ummah. *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 75–83. <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v3i2.2207>
- Dewi, K. R. K., Harini, N. N. P., & Yoga, P. A. A. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital. *Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas PGRI Mahadewa Indonesia, Prospek* 2, 298–302.
- Dharomesz, V. Y., Api Adyantari, R., Sasmita, P. H., & Oscar Noventa, C. (2023). *Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi Di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva*. 02(November), 469–475.
- Effendi, N. I., Suliska, G., Marthika, L. D., Ferdian, T., & Wineh, S. (2022). Peningkatan Penjualan Produk Ukm Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pelatihan Digital Marketing Dengan Graphic Designer Software Canva. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 643. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6574>
- Fahminnansih, F., Rahmawati, E., & Poerna Wardhanie, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis dan Promosi Produk pada Sekolah Islami berbasis Kewirausahaan. *Society : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 51–58. <https://doi.org/10.37802/society.v2i1.170>
- Kano, K., Choi, L. K., Riza, B. subhan, & Dinda octavyra, R. (2022). Implications of Digital Marketing Strategy The Competitive Advantages of Small Businesses in Indonesia. *Startupreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 1(1), 44–62. <https://doi.org/10.34306/sabda.v1i1.72>
- Linda Wijayanti, Sukwadi, R., Prasetya, W., & Azels, W. A. (2022). Pelatihan Membuat Desain Iklan Digital Menggunakan Aplikasi Canva Bagi Ukm Binaan Asppuk. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1), 117–125. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i2.18245>
- Qisthiano, M. R., & Pramana, D. (2023). Menggapai Keunggulan Promosi di Era Digital: Kolaborasi Canva untuk Peningkatan Ekonomi Lokal. *Faedah*:

*Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian* ..., 1(3). <https://pbsi-upr.id/index.php/Faerah/article/view/296%0Ahttps://pbsi-upr.id/index.php/Faerah/article/download/296/238>

Saehan, A., Suryadi, S., & Pohan, T. H. (2023). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3(2), 44–48. <https://doi.org/10.58369/jpmg.v2i4.129>

SIRCLO. (2023). *Memahami E-Commerce 2024: Strategi dan Kiat untuk Menyongsong Masa Depan Pertumbuhan Pemilik Merek*. [sirclo.com](https://www.sirclo.com/press/memahami-e-commerce-2024-strategi-dan-kiat-untuk-menyongsong-masa-depan-pertumbuhan-pemilik-merek). <https://www.sirclo.com/press/memahami-e-commerce-2024-strategi-dan-kiat-untuk-menyongsong-masa-depan-pertumbuhan-pemilik-merek>

Zahrosa, D. B., Soejono, D., Prabowo, R. U., Subroto, G., & Sari, S. (2024). Pendampingan UMKM Melalui Pemahaman Manajemen Keuangan Sederhana dan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Kapasitas Usaha. *Integritas: Jurnal Pengabdian*, 8(1), 211–221. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/integritas.v8i1.4267>