

Canva Application Training as A Marketing Digitalization Medium For Smes In Dinoyo Village

Pelatihan Aplikasi Canva Sebagai Media Digitalisasi Pemasaran Pada UMK Kelurahan Dinoyo

Restu Millaningtyas*¹

¹Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Islam Malang, Malang, Indonesia

E-mail: restumillaningtyas@unisma.ac.id¹

Abstract

Owner of SMEs who utilize digital media, including social media and e-commerce, for marketing purposes often lack confidence and experience in creating promotional content. They may also lack a logo or brand for their products and feel unsure about creating promotional statuses for their products. The Canva Application Training, as a method of digital marketing digitization, aims to enhance creativity, innovation, and knowledge of marketing content components. The research methodology employed in this study is Participatory Action Research (PAR). The results of the training demonstrate that participants have gained a good understanding of the material and successfully applied it, thereby improving their skills in utilizing digital media for marketing purposes. The flexibility of Canva, which can be operated on smartphones, computers, and laptops, greatly facilitates entrepreneurs in utilizing templates to create logos, posters, and marketing content.

Kata kunci: MSEs, Canva app marketing, content, digitization, marketing

Abstrak

Pemilik UMK sebagian kecil yang menggunakan media digital baik media sosial maupun e-commerce untuk media pemasaran karena kurang percaya diri maupun belum memiliki pengalaman untuk membuat konten promosi produk, belum memiliki logo atau merek produk, belum percaya diri untuk membuat status promosi produk. Pelatihan Aplikasi canva sebagai media digitalisasi pemasaran bertujuan untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi, dan pengetahuan komponen konten marketing. Metode Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR). Hasil kegiatan peserta mampu memahami dan mempraktikkan materi dengan baik, meningkatkan ketrampilan pemanfaatan media digital sebagai media pemasaran. Dengan aplikasi canva yang fleksibel dapat dioperasikan menggunakan handphone, PC komputer maupun laptop sangat mempermudah pelaku usaha untuk menggunakan template-templele dalam membuat logo, poster dan konten marketing.

Keywords: UMK, Aplikasi canva, konten marketing, digitalisasi, pemasaran

1. PENDAHULUAN

Pengabdian kepada Masyarakat merupakan bagian dari bidang tridarma Perguruan Tinggi. Pengabdian kepada masyarakat ini program keberlanjutan yang telah dilakukan (Millaningtyas et al., 2018) dalam model pengembangan ekonomi kreatif bahan baku kelapa diperlukan pendampingan yang berkesinambungan untuk meningkatkan ketrampilan pelaku usaha, untuk meningkatkan penjualan, mendapatkan kemitraan dan mempertahankan usaha. Penelitian (Millaningtyas et al., 2021) bahwa Pandemi Covid-19 tidak menjadi penghalang untuk meningkatkan produktifitas usaha Zoonebloum souvenir. UMK di Dinoyo sudah berjalan dengan baik meskipun belum signifikan pertumbuhan, menghadapi berbagai macam permasalahan dan kendala yang dalam berbagai elemen, misalkan perencanaan usaha, perencanaan permodalan dan pembiayaan, produksi, penjualan, legalitas, pelaporan, manajemen risiko maupun strategi untuk berkembang dan bertahan. Prioritas utama adalah masalah pemasaran sebagai strategi memperluas pemasaran, bahwasannya pemilik usaha sebagian kecil yang menggunakan media digital baik media sosial maupun e-commerce untuk media penjualan karena kurang percaya diri maupun belum memiliki pengalaman untuk membuat konten promosi produk, belum memiliki

logo atau merek produk, belum percaya diri untuk membuat status promosi produk. Digitalisasi marketing diperlukan untuk memperluas pemasaran dengan memanfaatkan internet dan media sosial, bahwasannya dengan pemanfaatan aplikasi dapat mempermudah untuk membuat iklan, mempromosikan produk maupun untuk transaksi dalam penjualan. (Indrawan et al., 2023) dalam implementasi strategi marketing dapat memanfaatkan internet dan media sosial. Kegiatan pemasaran menurut (Firmansyah, 2020) merupakan kegiatan yang melibatkan aktivitas komunikasi meliputi iklan, media penjualan, tenaga penjualan, display tempat pembelian, kemasan produk, merk, publisitas dan komunikasi lainnya. Dengan memanfaatkan media digital dengan pembuatan foto dan konten menarik untuk mempermudah pelaku usaha mempromosikan produk (Putri, 2021) dan (Sholeh et al., 2020)

Pelatihan dan Pendampingan merupakan strategi yang sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan. Pelatihan, Wokshop dan pendampingan seperti yang di laksanakan (Maftuhah & Rafsanjani, 2019), (Putri, 2021), dan (Retno et al., 2022) menunjukkan antusiasme peserta karena mempermudah peserta untuk memahami dan memanfaatkan aplikasi *online* untuk membuat logo, desain kemasan, membuat konten pemasaran dan poster promosi pemilik Usaha.

Aplikasi canva merupakan salah satu aplikasi yang mudah digunakan untuk pemula. Aplikasi Canva diluncurkan pada tahun 2013, aplikasi yang mudah diakses, melalui website, aplikasi PC, maupun handphone menyediakan tools untuk membuat desain grafis dan publikasi online. Canva menyediakan ribuan template yang bisa digunakan oleh pemula dengan sangat mudah, Template tersebut diantaranya dapat menghubungkan dengan media social (twitter, Instagram, youtube dan sebagainya), template memenuhi kebutuhan konten pribadi (udangan, resume, kartu ucapan dan sebagainya), template bisnis (misalkan logo, kartu nama, presentasi, kop surat dan sebagainya), template pemasaran (misalkan poster, brosur, selebaran, infografis dan sebagainya) dan template-template lainnya yang. Aplikasi canva sangat membantu pelaku usaha dalam desain logo, desain kemasan produk, konten marketing, liflet, poster, maupun desain- desain yang dapat di hubungkan langsung dengan media social maupun media marketing yang lain. Aplikasi canva sangat efektif untuk membuat konten marketing bagi pemula yang baru mengenal aplikasi (Yuniarti et al., 2021). Pengabdian kepada masyarakat yang dijalankan (Irfan et al., 2022) bahwa dengan memanfaatkan aplikasi kanva sebagai media pendampingan online selling dapat memberi gambaran kepada Angkatan Muda Muhammadiyah (AMM) Pimpinan Cabang Muhammadiyah Gubeng penggunaan aplikasi canva untuk membuat konten dengan pilihan template yang sudah tersedia, membuat logo, poster, info grafis, youtube serta dengan kemasan. Pemanfaatan Aplikasi canva sebagai media meningkatkan pemasaran dan perekonomian, hal ini tercantum dalam jurnal pengabdian pada masyarakat (Astina et al., 2022). Aplikasi canva (Retno et al., 2022) sangat efektif digunakan peserta dalam wokshop pembuatan *copywriting* dan desain pemasaran produk.

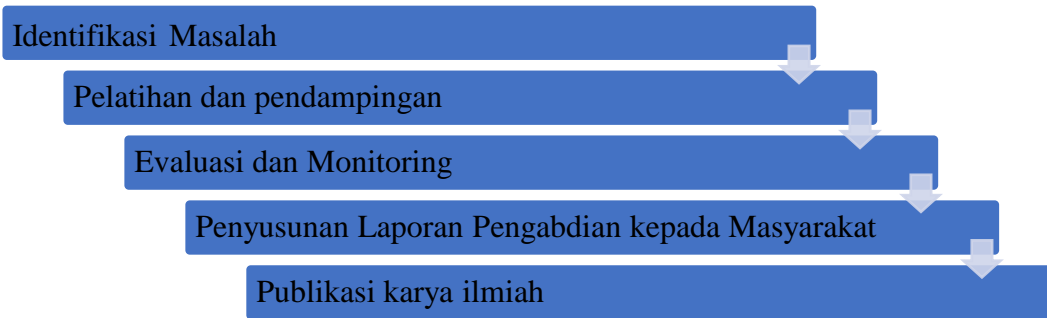
Menumbuhkan Iklim Usaha yang tertuang dalam (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008) pada BAB 5 pasal 7 menjelaskan bahwa Pemerintah Daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek: a. pendanaan; b. sarana dan prasarana; c. informasi usaha; d. kemitraan; e. perizinan usaha; f. kesempatan berusaha; g. promosi dagang; dan h. dukungan kelembagaan. Dalam implementasi Undang-undang tersebut Pemilik usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMK) dapat menggunakan canva sebagai alternatif pemasaran mulai membuat logo, poster, info grafis, newsletter, featured image blog, invoice, thumbnail Youtube serta link langsung dengan media social yang dimiliki pemilik usaha.

Pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Pelaksana pelatihan menggunakan metode ceramah, diskusi dan praktik langsung menggunakan aplikasi canva. Media Pelatihan menggunakan materi tentang Pemasaran *offline* dan online dengan canva sebagai alternatif media pemasaran, aplikasi canva, LCD proyektor, Laptop, Wifi, Handphone, meja dan kursi. untuk memetakan persoalan yang dihadapi pelaku UMK. Penentuan peserta pelatihan setelah dilakukan komunikasi dengan Ketua Fatayat NU dan ketua RW 05 Kelurahan Dinoyo, dengan ketentuan mengisi kesediaan melalui group RT dan setiap RT. Ada perwakilannya, jumlah undangan 21 orang dan hadir 18 orang mengisi kuisisioner 14 orang. Selain menentukan peserta yang di undang, pertemuan tersebut membahas permasalahan yang dihadapi pemilik UMK karena hampir semua warga kelurahan Dinoyo memiliki usaha, usaha kuliner, jasa sewa rumah, sewa kendaraan, sanggar senam, salon kecantikan/ perias pengantin, kerajinan tangan rajut dan sebagainya.

Berdasarkan fenomena diatas dan hasil diskus disepakati untuk pendampingan dalam Pelatihan Aplikasi Canva sebagai Alternatif Media Pemasaran Produk UMK melalui pendampingan. Memberi motivasi dan semangat kepada pelaku UMK untuk keberlanjutan usaha. Tujuan Pelatighandan pendampingan adalah untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi para pelaku UMK, memberi pengetahuan tentang *offline-online* marketing, konten marketing sebagai pertimbangan untuk memasarkan produk/ jasa yang dijalankan, memberi pengetahuan komponen konten *marketing* baik untuk pemasaran secara *offline*, pemasaran *online* maupun bersamaan *offline* dan *online*, memberi pengetahuan penggunaan Aplikasi canva terdapat template-template yang dapat digunakan untuk pemasaran produk, dan melatih penggunaan aplikasi canva untuk membuat pembuatan logo dan poster untuk mempromosikan produk UMK di status Whatshap maupun media social yang lain. Pendampingan kepada UMK saat Pandemi Covid-19 sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pemilik UMK dalam pemasaran melalui media social, hal ini sejalan dengan yang dilakukan (Putra & Hariastuti, 2021). Manfaat kegiatan ini adalah untuk Membantu UMK menjadi pelaku UMK yang sukses, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan ketrampilan untuk memanfaatkan teknologi salah satunya aplikasi canva untuk memperluas pemasaran, dan informasi serta diskripsi produk dan jasa agar lebih menarik

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bagian penting yang mencakup elemen perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan monitoring. Berdasarkan dalil Al-quran Surat Al-Ma'idah ayat 35 "Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan carilah wasilah (jalan) yang mendekatkan diri kepada-Nya, dan berjihadlah (berjuanglah) di jalan-Nya, agar kamu beruntung". Dari Ayat tersebut dapat digunakan sebagai dasar bahwa pentingnya menentukan metode untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat maupun penelitian, metode penelitian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) merupakan pengabdian yang melibatkan secara aktif semua pihak-pihak yang relevan (*stakeholders*) dalam mengkaji tindakan yang sedang berlangsung (dimana pengalaman mereka sendiri sebagai persoalan) dalam rangka melakukan perubahan dan perbaikan ke arah yang lebih baik. Berikut tahapan pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat adalah:



Gambar 1. Tahapan metode pelaksanaan PPM

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah ada lima tahap yang dilakukan, adalah dengan diawali berkomunikasi dengan Ketua Fatayat NU dan Ketua PPK Kelurahan Dinoyo Kota Malang, melakukan wawancara tatap muka untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi mitra, penentuan lokasi dan sasaran sesuai dengan tema yang akan dipilih, penyusunan proposal, memenuhi administrasi surat menyurat dan menyusun materi pelatihan dan pendampingan.

2. Pelatihan dan Pendampingan

Tahapan pelatihan dan pendampingan adalah:

- a) Memastikan dokumen yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan (Surat tugas, Absensi, materi) dan perlengkapan pelatihan sudah tersedia
- b) Memastikan ruangan, perlengkapan, materi dan peserta sudah siap untuk mengikuti pelatihan dan pendampingan
- c) Memastikan susunan acara sudah sesuai tema dan kesepakatan dengan mitra
- d) Pemaparan Materi sesuai materi yang telah disusun, diantaranya tentang pengertian *Offline* dan *online marketing*, pengertian konten marketing, dan pengenalan dan *download* aplikasi canva
- e) Diskusi dan tanya jawab materi atau seputar usaha
- f) Pendampingan membuat logo dan poster dari aplikasi canva sesuai dengan usaha yang sudah dijalankan peserta pelatihan

3. Evaluasi dan Monitoring

Evaluasi dan monitoring merupakan dua kegiatan terpadu dalam rangka pengendalian suatu program. Tujuan monitoring dan evaluasi adalah untuk mengetahui tingkat pencapaian dan kesesuaian antara rencana yang telah ditetapkan dengan pelaksanaan kegiatan, berikut tahapan evaluasi dan monitoring untuk kegiatan Pengabdian kepada masyarakat:

- 1) Evaluasi dilakukan untuk mengetahui keterlibatan dan kemampuan peserta pada saat pelatihan. Pada akhir pelatihan diharapkan peserta memahami media pemasaran, mampu menggunakan dan memanfaatkan aplikasi Canva sebagai alternatif media pemasaran.
- 2) Monitoring dilakukan berdasarkan taraf penyelesaian penyampaian materi pelatihan, pendampingan dan hasil kuisisioner. Tim pengabdian melakukan evaluasi dan memonitoring dengan mengamati dan memeriksa hasil praktik mendesain logo dan poster di aplikasi canva. Serta melakukan evaluasi dengan menggunakan kuisisioner yang merekam umpan balik terhadap materi, penyampaian materi selama pelatihan

dan harapan pelatihan lanjutan. Berikut table 1. Menunjukkan daftar pertanyaan kuisisioner:

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Kuisisioner

No	Pertanyaan	Opsi Jawaban
1	Apakah materi pelatihan sesuai dengan harapan?	ya/ tidak dengan penjelesan
2	Apakah cara penyampaian materi sudah sesuai dan baik?	ya/ tidak dengan penjelesan
3	Apakah setelah pelatihan ini bapak/ ibu antusias mempraktikkan materi pelatihan?	ya/ tidak dengan penjelesan
4	Apakah Bapak/ Ibu tertarik untuk mengikuti pelatihan selanjutnya terkait kewirausahaan?	ya/ tidak dengan penjelesan
5	Topik pelatihan apa yang akan bapak/ Ibu pilih untuk pelatihan selanjutnya?	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kemudahan permodalan Bisnis ○ Pengurusan PIRT/ NIB ○ Pengurusan Halal Produk ○ Cara penjualan online ○ Cara menghitung biaya produksi ○ Manajemen keuangan home industri ○ Lainnya.....

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan yang mencakup upaya-upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia antara lain perluasan wawasan, pengetahuan maupun peningkatan keterampilan yang dilakukan oleh civitas akademik sebagai perwujudan dharma bakti serta wujud kepedulian untuk berperan aktif meningkatkan kesejahteraan dan memberdayakan masyarakat luas. Kegiatan ini dikuatkan dengan dalil Al-Quran Surat At-Tin ayat 4 “ Sungguh, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya”. Dengan kesempurnaan yang dimaksud bahwa agar manusia menjadi individu yang dapat mengembangkan diri dan menjadi anggota masyarakat yang berdaya guna, untuk mengembangkan potensi sumber daya yang dimiliki. Secara umum program ini dirancang oleh Universitas Islam Malang untuk memberi kontribusi nyata bagi masyarakat, khususnya dalam mengembangkan kesejahteraan dan kemajuan masyarakat Indonesia.

Pelatihan dan pendampingan mengundang 21 orang perwakilan setiap Rukun Warga di RW 05. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 18 orang dan yang mengisi kuisisioner 14 orang. Para peserta yang hadir diminta mengisi terlebih dahulu daftar hadir yang telah disediakan, mendapatkan pelatihan kit, mengisi kuisisioner dikumpulkan kembali pada panitia setelah

pelatihan berakhir. Pelatihan diawali dengan pembukaan oleh Ketua Rukun Warga 05 Kelurahan Dinoyo. Pemaparan materi sekitar 60 menit dan diskusi tanya jawab, materi yang disampaikan antara lain tentang pengertian *Offline* dan *online marketing*, pengertian konten *marketing*, dan pengenalan dan *download* aplikasi canva. Tahap ketiga adalah pendampingan waktu yang diperlukan kurang lebih 90 menit, pendampingan di damping pemateri dan panitia kegiatan. Praktik diawali dengan memandu *download* aplikasi dan pengenalan template-template aplikasi canva yang dapat digunakan pelaku usaha untuk alternatif media pemasaran, peserta antusias praktikan dengan memilih-milih template logo, teks, gambar, audio, video, yang sesuai dengan usaha masing-masing logo produk dan poster penjualan produk. Peserta berhasil mendownload aplikasi canva dan berhasil mempraktikan.

Evaluasi dilakukan selama pelatihan dan pendampingan menggunakan kuisisioner. Berikut rekapitulasi hasil kuisisioner yang di isi responden disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 2. Pernyataan dan Pendapat Responden

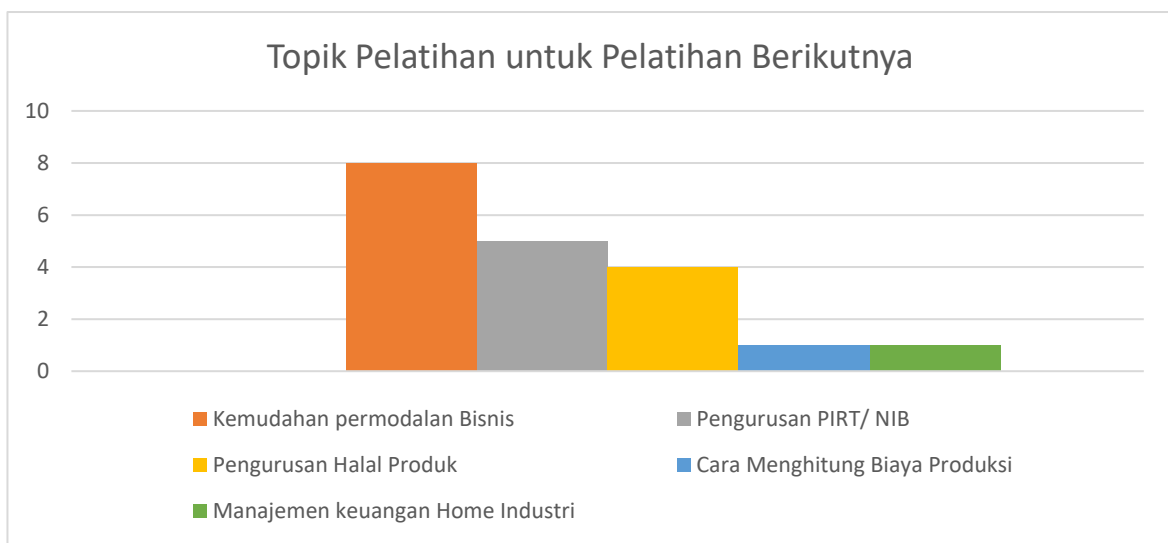
Pernyataan	Pendapat Responden	Responden		
		Ya	Tidak	Σ
Materi pelatihan sesuai dengan harapan	Pemateri sabar dan telaten, sudah sesuai dengan yang disampaikan menyenangkan, dan sangat jelas sangat bermanfaat, waktunya kurang, bermanfaat untuk buat iklan dan poster	14	0	14
Penyampaian materi sudah sesuai dan baik	Sangat jelas, mudah dimengerti, simple dan mudah digunakan pemateri enak cara menyampaikan	14	0	14
Setelah pelatihan peserta antusias untuk mempraktikan materi	Karena berhubungan dengan usaha, sangat antusias untuk praktik, mudah dipraktikan supaya produk mudah dikenal ingin belajar terus, dan lebih semangat usaha	14	0	14
Tertarik untuk mengikuti pelatihan kewirausahaan selanjutnya	Tertarik karena banyak yang belum diketahui tentang ilmu wirausaha, untuk tambahan ilmu banyak ilmu yang didapat, , ingin lebih luas dalam belajar, sangat membutuhkan ilmu wirausaha ingin lebih maju	14	0	14



Gambar 2. pernyataan responden

Responden disini merupakan peserta yang mengikuti pelatihan, yang telah mengisi 14 orang dengan empat jenis pendapat yang disampaikan bahwa pernyataan pertama materi pelatihan sesuai dengan harapan 100% peserta menyetujui bahwa Pemateri sabar dan telaten, sudah sesuai dengan yang disampaikan, menyenangkan, dan sangat jelas, sangat bermanfaat, waktunya kurang, bermanfaat untuk buat iklan dan poster. Pernyataan ke dua penyampaian materi sudah sesuai dan baik baik 100% peserta menyetujui bahwa penyampaian sangat jelas, mudah dimengerti,, simple dan mudah digunakan, pemateri enak cara menyampaikan. Pernyataan ketiga bahwa peserta antusias untuk mempraktikkan materi, 100 % peserta menyetujui karena berhubungan dengan usaha, sangat antusias untuk praktik, mudah dipraktikkan, supaya produk mudah dikenal, ingin belajar terus, dan lebih semangat usaha. Pernyataan ke empat bahwa peserta 100% tertarik untuk mengikuti pelatihan kewirausahaan selanjutnya karena banyak yang belum diketahui tentang ilmu wirausaha, untuk tambahan ilmu, banyak ilmu yang didapat, , ingin lebih luas dalam belajar, sangat membutuhkan ilmu wirausaha, ingin lebih maju.

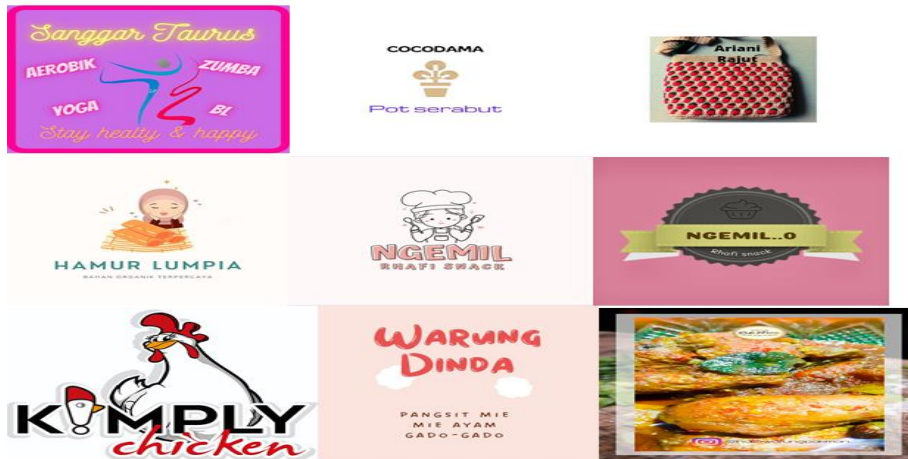
Peserta yang belum mengisi kuisioner maupun yang belum praktik sendiri tetapi antusias mengikuti bergabung dengan peserta yang lain karena terkendala usia peserta dan handphone yang dimiliki memorinya penuh. Terdapat 12 peserta yang telah melengkapi pertanyaan tentang topik pelatihan lanjutan. Berikut Gambar yang menjelaskan pendapat peserta yang menyarankan untuk topik pelatihan lanjutan:



Gambar 3. Pendapat Peserta untuk Materi Pelatihan Berikutnya

Berikut gambar hasil Latihan penggunaan aplikasi canva:

1. Gambar logo,poster dan kartu ucapan



Gambar 3. logo dan poster

2. Review dan saran perbaikan



Gambar 4. Review dan saran perbaikan

3. Digunakan di status Whattshap untuk promosi produk



Gambar 5. logo Produk di gunakan promosi produk di status whattshap

4. Penyampain materi dan pendampingann pelatihan Aplikasi Canva



Gambar 6. Menyampaikan materi Pelatihan



Gambar 7. Pendampingan

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Pelatihan Aplikasi Canva sebagai media digitalisasi pemasaran produk UMK, yang di ikuti oleh pemilik UMK di RW 5 Kelurahan Dinoyo, bahwa materi pelatihan *offline-online marketing*, konten marketing sebagai pertimbangan untuk memasarkan produk/ jasa yang dijalankan, peserta mampu memahami komponen konten marketing baik untuk pemasaran secara *offline*, pemasaran *online* maupun bersamaan *offline* dan *online*, sesuai dengan harapan peserta. Penyampaian materi sudah sesuai dan baik sangat jelas, mudah dimengerti, simple dan mudah digunakan, pemateri penyampaian materi mudah dipahami. Peserta antusias untuk mempraktikkan materi karena berhubungan dengan usaha, sangat antusias untuk praktik menggunakan template-template aplikasi canva sebagai media membuat merk, logo, poster dan konten pemasaran. Peserta tertarik untuk mengikuti pelatihan kewirausahaan selanjutnya karena banyak yang belum diketahui tentang ilmu wirausaha, untuk tambahan ilmu, banyak ilmu yang didapat, ingin lebih luas dalam belajar, sangat membutuhkan ilmu wirausaha, ingin lebih maju.

DAFTAR PUSTAKA

- Astina, C., Dewi, L., Khasanah, M., Tri Sasetyo, A., Karnia Hidayah, R., Rela Subekti, N., Khanifah, N., Fauzia, U., & Anisya Solechah, U. (2022). Peningkatan UMKM Bidang Pemasaran dan Perekonomian melalui Pemanfaatan Aplikasi Canva. *SOROT: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1-6. <https://doi.org/10.32699/SOROT.V1I2.2626>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran* (Issue July).

<https://www.researchgate.net/publication/342644678>

- Indrawan, R., Octaviani, R., Sugianto, R. S., & Mutaqin, G. P. (2023). *Implementation of Digital Marketing Strategy and Preparation of Financial Reports for Oti Snack & Catering UMKM in Cimahi City Penerapan Strategi Digital Marketing dan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Oti Snack & Catering Di Kota Cimahi*. 7(2), 533–541.
- Irfan, P., Negara, H. R. P., Fatimatuzzahra, Alhidayat, M., & Watoni, K. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Canva Sebagai Sarana Media Promosi Makanan Khas Lombok. *Jurnal Mengabdikan Dari Hati*, 1, <https://journal.mudaberkarya.id/index.php/JMH/arti>.
- Maftuhah, R., & Rafsanjani, H. (2019). Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Produk Usaha Rumahan Krupuk Bawang dan Kripik Sukun. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 227. <https://doi.org/10.30651/aks.v3i2.1996>
- Millaningtyas, R., Aleria, ;, & Hatnery, I. (2018). Creative Economic Development Model Based On Coconut Products Through Business Mentoring. In *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics* (Vol. 6, Issue 2). www.scientificia.com
- Millaningtyas, R., Hardaningtyas, R. T., & Cahyaningrum, Y. A. (2021). Business Model Analysis on Zonnebloem Souvenir Using the Business Model Canvas Approach in the Covid-19 Pandemic. *International Sustainable Competitiveness Advantage*, 3(21), 170–178.
- Putra, F. P., & Hariastuti, N. P. (2021). Strategi Pengembangan Model Bisnis Pasca Pandemi Covid-19 Dengan Pendekatan Business Model Canvas Dan Analisis Swot. *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan*, 9(1), 9–14. <https://ejournal.itats.ac.id/sntekpan/article/view/2285>
- Putri, D. Y. (2021). *Optimalisasi Penjualan Dan Pemasaran Umkm*.
- Retno, A., Hayati, T., Vista, C. B., Sabilla, W. I., Ed, H., & Asmara, R. A. (2022). *Workshop Optimalisasi Digital Marketing Untuk Pelaku*. 5(1).
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430–436. <https://doi.org/10.31764/JPMB.V4I1.2983>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. *Undang-Undang RI*, 1.
- Yuniarti, P., Indriyani, F., Suharni, & Marthanti, A. S. (2021). Penggunaan Aplikasi Canva dalam Pembuatan Desain Promosi Usaha pada Karang Taruna Desa Sukaharja. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 88–95. <https://doi.org/10.31294/ABDIEKBIS.V1I2.655>