

Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Abdul Karim^{1,*}, Dwika Asrani²

¹Prodi Teknik Informatika, Universitas Budi Darma, Medan, Indonesia

²Prodi Manajemen Informatika, STMIK Mulia Darma, Rantauprapat, Indonesia

Email: ^{1,*}abdkarim6@gmail.com, ²dwika.dewangi@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: abdkarim6@gmail.com

Abstrak–Pemanfaatan aplikasi Canva dapat meningkatkan promosi produk UMKM melalui kemudahan dalam pembuatan desain visual untuk keperluan promosi. Canva menyediakan beragam template yang dapat digunakan untuk promosi UMKM, termasuk template untuk UMKM kuliner. Dari hasil kegiatan yang dilakukan di atas sebanyak 25 siswa yang mengikuti kegiatan dapat membuat konten media promosi yang baik serta bisa mengaplikasikan software canva di mobile/hp peserta masing-masing.

Kata Kunci: Canva; Digital Marketing; UMKM; Labuhanbatu

Abstract–Using the Canva application can increase promotion of MSME products through the ease of creating visual designs for promotional purposes. Canva provides various templates that can be used to promote MSMEs, including templates for culinary MSMEs. From the results of the activities carried out above, 25 students who took part in the activities were able to create good promotional media content and were able to apply Canva software on their respective participants' mobile phones.

Keywords: Canva; Digital Marketing; MSMEs; Labuhanbatu

1. PENDAHULUAN

Definisi UMKM menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab 1 Pasal 1 adalah: Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro (Sri Solihah, 2022). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. (Astina et al., 2022). UMKM bahkan berkontribusi besar dalam perekonomian Indonesia (Studi et al., 2023). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 64,2 juta unit usaha dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 61,97%. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkopukm) mencatat, terdapat 64,2 juta unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia pada 2021. Usaha mikro, dengan kriteria omzet maksimal Rp2 miliar pertahunnya, menjadi yang paling dominan dalam struktur UMKM. Usaha mikro mencapai 63.955.369 unit pada 2021 atau berkontribusi 99,62% dari total unit usaha di Indonesia. Proporsinya tidak banyak berubah dalam 10 tahun terakhir. (Muhamad, 2023)

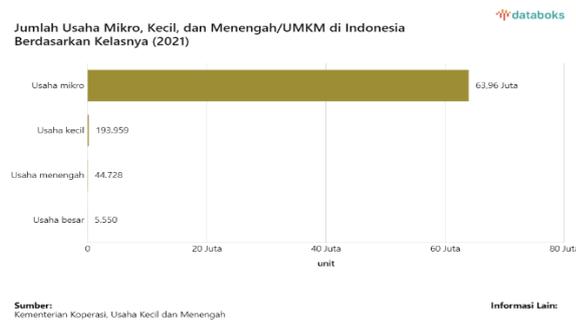
Tabel 1. Data UMKM

No.	Nama Data	Nilai / unit
1	Usaha Mikro	63.955.369
2	Usaha Kecil	193.959
3	Usaha Menengah	44.728
4	Usaha Besar	5.550

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform pemasaran yang penting bagi bisnis, termasuk pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Melalui media sosial, pelaku UMKM dapat menjangkau calon konsumen yang lebih luas, membangun hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan (Muhammad Sholeh, Suraya, 2023). Permasalahan saat ini Pelaku UMKM sering kali terlalu fokus pada proses produksi, kurang diimbangi dengan pemasaran dan promosi, sehingga mengalami kendala dalam menjual produknya. Setelah produk yang dihasilkan berlimpah (Pribadi et al., 2023). Melihat fenomena pada saat ini, belanja secara online semakin meningkat peminatnya dan diprediksi akan tetap menjadi pilihan masyarakat. Dalam mempromosikan suatu produk, banyak media yang dapat digunakan sebagai media promosi, salahsatunya adalah media sosial (Basungi et al., 2023)

Salah satu tantangan yang dihadapi UMKM adalah dalam hal promosi produk. Promosi yang efektif dapat membantu UMKM untuk meningkatkan brand awareness, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan penjualan. Pada era digital saat ini, promosi produk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi semakin penting guna mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing. Namun, tidak semua UMKM memiliki akses mudah ke tim desain atau anggaran besar untuk kampanye pemasaran yang mahal. Inilah di mana pemanfaatan aplikasi Canva hadir sebagai solusi kreatif dan terjangkau. Sehingga diperlukan campur tangan dari pemerintah

maupaun swasta, tidak terlepas juga partisipasi dan sumbangsih dari perguruan tinggi sangatlah diperlukan, untuk mendorong perkembangan yang diharapkan. (Billa et al., 2022)



Gambar 1. Grafik Data UMKM Di Indonesia (Muhamad, 2023)

Electronic Commerce (Perniagaan Elektronik), sebagai bagian dari Electronic Business (bisnis yang dilakukan dengan menggunakan electronic transmission), oleh para ahli dan pelaku bisnis dicoba dirumuskan definisinya. Secara umum e-commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/ perniagaan barang atau jasa (trade of goods and service) dengan menggunakan media elektronik. Jelas, selain dari yang telah disebutkan di atas, bahwa kegiatan perniagaan tersebut merupakan bagian dari kegiatan bisnis. Dengan kata lain, “e-commerce is a part of e-business”. (Dharmawan and Puspita, 2019)

Canva adalah alat desain grafis yang intuitif dan mudah digunakan, yang memungkinkan orang tanpa latar belakang desain formal untuk membuat materi promosi yang menarik dan profesional. Tools ajaib ini bisa Anda gunakan secara online melalui browser desktop atau download aplikasinya melalui App atau Play Store. Selain itu, ia menawarkan dua versi yaitu versi gratis dan versi berbayar (Pro). [4]- (Ratih et al., 2023)- (Riyantoko et al., 2022) Dengan panduan ini, UMKM akan memiliki landasan yang kokoh untuk memanfaatkan Canva sebagai alat yang efektif dalam meningkatkan promosi produk mereka. Dari pemula hingga yang berpengalaman, semua pemilik UMKM dapat merasakan manfaat dari pendekatan kreatif ini dalam meraih perhatian dan kepercayaan konsumen. Ayo kita mulai perjalanan kita dalam mengoptimalkan potensi Canva untuk pertumbuhan dan kesuksesan UMKM. Pemanfaatan aplikasi Canva dalam promosi produk UMKM dapat memberikan berbagai manfaat yaitu dapat membuat konten promosi yang menarik dan efektif untuk media sosial. Hal ini dapat membantu UMKM untuk meningkatkan brand awareness, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan penjualan. (Munarsih, Mada Faisal Akbar, Aris Ariyanto, Ivantan, 2020).

Kegiatan yang pernah dilakukan oleh. (Yuma et al., 2023) tentang Optimalisasi Pemanfaatan Canva Sebagai Desain Produk Promosi Usaha Mandiri Smk Karya Utama memberikan dampak positif dalam perkembangan umum, selanjutnya. Kegiatan yang dilakukan oleh (Pribadi et al., 2023) tentang Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar pada Media Sosial Sebagai Upaya Hasil Produk UMKM di Desa Kebun Durian Kabupaten Kampar berhasil mengajarkan desain logo dengan aplikasi canva. Selanjutnya. Kegiatan yang dilakukan (Adi, Nalendra and Husna, 2021) tentang Workshop Desain Pemasaran Digital melalui Aplikasi Canva dan Mobile Photography kepada Pelaku UMKM Food & Beverage di Tiban Center Batam dengan hasil sangat relevan kepada masyarakat.

Tujuan pelatihan ini adalah memberikan edukasi, dan pelatihan mengenai strategi promosi digital marketing dengan graphic designer software canva untuk mengembangkan dan memasarkan produk mitra secara digital sehingga mitra mampu meningkatkan penjualan. (Effendi et al., 2022). Selama pelatihan ini, kami akan membahas langkah-langkah dasar dalam menggunakan Canva untuk membuat berbagai jenis materi promosi, mulai dari poster hingga posting media sosial yang menarik. Kami juga akan memberikan wawasan tentang prinsip-prinsip dasar desain grafis, seperti pemilihan warna yang tepat, tipografi yang efektif, dan pengaturan elemen desain untuk menciptakan tampilan yang konsisten dan profesional. (Gamedia, 2022). Pelatihan desain grafis menggunakan aplikasi Canva dapat menjadi langkah yang sangat bermanfaat bagi UMKM dalam meningkatkan promosi produk mereka.

Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang proses pembuatan desain promosi dengan menggunakan teknologi digital. Mulai dari konsep desain, pemilihan bahan, hingga teknik publikasi, semua aspek penting akan diajarkan kepada pelaku UMKM. Selain itu, pelatihan ini juga akan menekankan pentingnya kualitas, efisiensi, dan inovasi dalam produksi, sehingga siswa dapat memahami bagaimana menciptakan produk yang berkualitas tinggi dengan biaya produksi yang efisien. Namun, pelatihan ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis saja. Aspek bisnis dan kewirausahaan juga akan menjadi bagian integral dari program ini. Pelaku UMKM akan diajarkan bagaimana mengidentifikasi peluang pasar, menentukan strategi pemasaran yang efektif, dan mengelola bisnis dengan baik, sehingga diharapkan siswa tidak hanya memiliki

keterampilan dalam pembuatan media promosi, tetapi juga memiliki kemampuan untuk mengembangkan bisnis di bidang ini.

Pentingnya pelatihan ini yang bertujuan untuk membantu individu atau tim memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memasarkan produk atau layanan dengan efektif. Pelatihan ini dapat mencakup berbagai topik, seperti strategi pemasaran, pengembangan merek, manajemen kampanye iklan, penjualan, hubungan pelanggan, dan analisis pasar.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Metode Pelaksanaan

Adapun metode pelaksanaan pelatihan media promosi ini dengan canva di rumah umkm labuhanbatu dalam mendukung peningkatan penjualan dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 2. Tahapan Pelatihan Canva

Keterangan.

1. Identifikasi Tujuan Pelatihan
Tentukan tujuan dari pelatihan Canva yang akan dilakukan. Apakah tujuan untuk meningkatkan keterampilan desain grafis, memperluas pemahaman tentang penggunaan fitur-fitur Canva, atau mengoptimalkan penggunaan Canva dalam konteks bisnis.
2. Pemilihan Metode dan Materi Pelatihan
Sesuaikan metode pelatihan dengan kebutuhan peserta. Pilih materi pelatihan yang relevan dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.
3. Persiapan Materi Pelatihan
Siapkan materi pelatihan yang akan digunakan, seperti presentasi, modul, video tutorial, contoh kasus, atau sumber daya lainnya. Pastikan materi tersebut dapat dengan jelas menjelaskan fitur-fitur dan fungsi Canva yang akan dipelajari.
4. Penjadwalan dan Pengaturan Lokasi/Platform
Tentukan jadwal pelatihan, termasuk waktu, tempat (apabila pelatihan dilakukan secara tatap muka), atau platform online yang akan digunakan untuk sesi pelatihan. Pastikan peserta memiliki akses yang cukup baik ke platform yang digunakan.
5. Pendaftaran Peserta dan Persiapan Peserta
Buka pendaftaran untuk peserta pelatihan dan berikan informasi yang diperlukan, seperti persyaratan teknis, bahan-bahan yang perlu dipersiapkan sebelum pelatihan, dan instruksi penggunaan platform (jika diperlukan).
6. Sesi Pelatihan
Mulailah sesi pelatihan dengan memperkenalkan tujuan, agenda, dan aturan pelatihan. Selanjutnya, sampaikan materi pelatihan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Berikan penjelasan yang jelas, demonstrasi, dan contoh praktis untuk memperjelas penggunaan Canva.
7. Praktik Langsung dan Latihan
Berikan waktu kepada peserta untuk berlatih menggunakan Canva secara langsung. Berikan tugas atau latihan yang relevan dengan materi yang telah disampaikan. Instruktur atau fasilitator dapat memberikan bantuan dan dukungan saat peserta melaksanakan latihan.
8. Diskusi dan Umpan Balik
Selama atau setelah sesi praktik, adakan sesi diskusi untuk mendiskusikan pengalaman, kesulitan, dan pertanyaan yang muncul. Berikan umpan balik konstruktif kepada peserta untuk membantu mereka memahami dan meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan Canva.

9. Evaluasi Pelatihan

Setelah pelatihan selesai, lakukan evaluasi terhadap pelatihan tersebut. Mintalah umpan balik dari peserta untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan dan identifikasi area yang perlu diperbaiki di masa mendatang.

10. Tindak Lanjut

Berikan sumber daya tambahan kepada peserta untuk pengembangan lebih lanjut, seperti tutorial lanjutan, bahan referensi, atau forum diskusi online. Lakukan tindak lanjut untuk memastikan penerapan dan pemahaman yang berkelanjutan.

Alur ini bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan konteks spesifik dari pelatihan Canva yang di lakukan. Pastikan untuk memperhatikan aspek-aspek penting seperti pemahaman peserta, ketersediaan sumber daya, dan evaluasi agar pelatihan berjalan dengan efektif.

2.2 Tahap Pelaksanaan

Tahap Pelaksanaan merupakan tahapan di mana aktivitas utama atau proyek yang direncanakan pada tahap persiapan benar-benar dilaksanakan. Tahap ini melibatkan rencana pelaksanaan yang telah disusun dengan baik pada tahap persiapan. Tahap pelaksanaan merupakan saat di mana rencana dan persiapan pada tahap sebelumnya menjadi kenyataan. Penting untuk menjalankan kegiatan dengan baik, memastikan kualitas, dan terus berkomunikasi dengan semua pihak terkait. Kesuksesan tahap pelaksanaan akan sangat mempengaruhi hasil akhir dan dampak yang dihasilkan oleh kegiatan PkM. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai tahap pelaksanaan dalam kegiatan PkM:

a Sesi Pembukaan

Melakukan sesi pembukaan yang mencakup sambutan, pengenalan tim pelaksana, dan overview pelatihan.

b Sesi Teori

Memberikan materi teori tentang dasar-dasar pembuatan desain Peomosi, desain grafis, dan manajemen usaha kecil.

c Sesi Praktik

Melakukan praktek langsung di bengkel atau laboratorium dengan bimbingan dari tim pelaksana.

d Studi Kasus dan Diskusi

Memberikan studi kasus dan membuka sesi diskusi untuk mengevaluasi pemahaman dan keterampilan peserta.

2.3 Tahap Evaluasi

Tahap Evaluasi pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat penting untuk mengukur sejauh mana kegiatan tersebut mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tahap evaluasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode ujian Pre Test dan Post Test, yang dijadikan sebagai tolak ukur dalam mengetahui kemampuan siswa SMK dalam menerima materi pelatihan yang telah diberikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan desain promosi produk UMKM sebagai media promosi di intermedia training centerr pada tanggal 12 September 2023 dengan waktu 14.00 s/d 17.00 WIB. Peserta yang mengikuti acara ini sebanyak 25 Orang siswa magang dari Intermedia Training Center.

3.1 Langkah-langkah pembuatan desain promosi:

Desain promosi terlebih dahulu. Langkah-langkah yang perlu diambil saat ingin membuat desain sebuah promosi produk menggunakan aplikasi canva. Berikut penjelasan tahapan tersebut:

a Konsep Desain

Pertama-tama, diperlukan konsep desain Promosi produk yang ingin dibuat. Tentukan tema, warna, pesan, dan elemen-elemen grafis yang akan ada di desain nantinya. Pertimbangkan juga ukuran yang sesuai untuk lembar kerja nya. .

b Persiapan Bahan

Siapkan semua bahan yang dibutuhkan, seperti gambar-gambar, teks, dan elemen-elemen grafis lainnya yang akan digunakan dalam desain promosi.

c Buka aplikasi Canva

Mulailah dengan membuka aplikasi Canva adalah alat desain grafis yang intuitif dan mudah digunakan, yang memungkinkan orang tanpa latar belakang desain formal untuk membuat materi promosi yang menarik dan profesional..

d Buka Lembar kerja /templat

Buka Lembar kerja /templat dengan ukuran yang sesuai untuk desain yang ingin kita buat dengan menggunakan aplikasi Canva. Kita dapat menggunakan alat gambar lingkaran untuk membuatnya. Ini akan menjadi dasar dari desain promosi yang akan dibuat.

e Desain Grafis

Lanjutkan dengan mendesain grafis atau elemen-elemen visual yang ingin kita tambahkan ke templat tersebut, hal ini bisa berupa gambar, logo, atau elemen-elemen dekoratif lainnya.

f Tambahkan Teks

Jika ada teks yang ingin kita sertakan di hasil desain nantinya, tambahkan teks dengan menggunakan alat teks di aplikasi Canva. Atur jenis huruf, ukuran, dan warna teks sesuai dengan desain kita.

g Detail dan Warna

Perhatikan detail-detail kecil dan pastikan warna-warna yang kita gunakan sesuai dengan konsep desain kita. aplikasi Canva memungkinkan kita untuk dengan mudah mengatur warna dan detail lainnya.

h Simpan Desain

Setelah kita telah selesai dengan desain di aplikasi Canva tiggal medownload hasil kita dengan format, JPG maupun PNG

3.2 Tingkat Pemahaman Tentang Kegiatan yang Berlangsung

Saat pelaksanaan pelatihan para peserta dapat mengikuti dengan baik yang di paparkan oleh narasumber karena palatihan ini dilaksanakan langsung praktek mendesain konten promosi produk degan tingkat pemahaman peserta mencapai 90% teori dan 95% praktek. Sesuai dengan tujuan acara pelatihan ini bahwa pelatihan berjalan dengan sangat baik, dilihat dari para peserta yang mampu mengikuti pelatihan dan dengan hasil yang baik.

3.3 Dokumentasi Kegiatan

Materi yang pertama dijelaskan pada kegiatan pelatihan canva ini adalah mengenalkan aplikasi Canva dan media promosi. Adapun kegiatan tersebut dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini.



Gambar 3. Dokumentasi dengan peserta pelatihan

Saat menjelaskan tentang pentingnya media promosi dan cara mudah membuat media promosi dengan aplikasi canva serta bagaimana memanfaatkan teknologi dalam melakukan promosi.



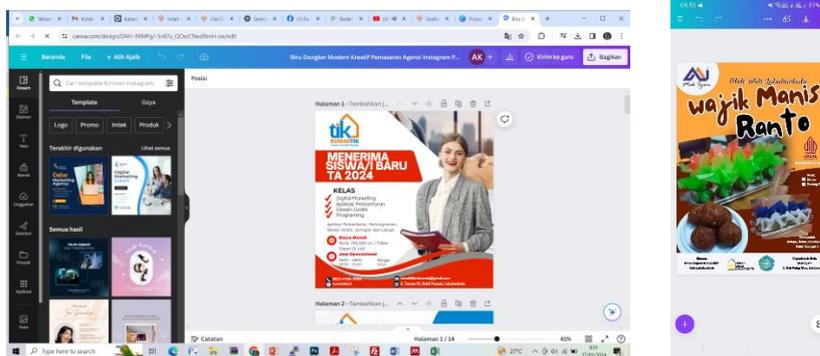
Gambar 4. Proses Pembuatan Konten Sederhana

Disini menjelaskan prosese pembuatan konten media promosi dengan apikasi canva yang baik dan menarik, baik menentukan warna, gambar serta model yang akan di gunakan dalam media promosi.



Gambar 5. Praktek dengan peserta pelatihan dengan menggunakan Mobile/Hp

Disini para peserta juga mencoba menggunakan aplikasi canva dengan Smartphonenya masing masing. Dengan cara praktek langsung



Gambar 6. Hasil desain saat pelatihan menggunakan Komputer dan Smartphon

Dari hasil kegiatan yang dilakukan di atas sebanyak 25 siswa yang mengikuti kegiatan dapat membuat konten media promosi yang baik serta bisa mengaplikasikan software canva di mobile/hp peserta masing-masing.

4. KESIMPULAN

Pemanfaatan aplikasi Canva dalam meningkatkan promosi produk UMKM adalah sebuah langkah yang penting dan efektif untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan visibilitas merek, dan menarik perhatian konsumen. Pelatihan desain promosi ini dapat menjadi sarana yang efektif dalam mengembangkan media promosi. Pelatihan semacam itu dapat membantu para pelaku usaha maupun lapangan kerja bagi orang yang memahami desain grafis. pemanfaatan aplikasi Canva telah terbukti efektif dalam meningkatkan promosi produk UMKM. Canva memungkinkan pelaku usaha untuk membuat konten promosi seperti poster, infografis, dan gambar visual lainnya dengan mudah melalui ribuan template gratis dan fitur menarik yang tersedia. Penggunaan Canva juga dapat meningkatkan kreativitas dalam desain poster, presentasi, dan konten visual lainnya. Dengan kemudahan penggunaan dan beragam fitur yang ditawarkan, Canva dapat menjadi alat yang berguna bagi pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan promosi produk mereka

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M., Nalendra, S. and Husna, A. (2021) 'Workshop Desain Pemasaran Digital melalui Aplikasi Canva dan Mobile Photography kepada Pelaku UMKM Food & Beverage di Tiban Center Batam', 2(1), pp. 17–24.
- Astina, C. et al. (2022) 'Peningkatan UMKM Bidang Pemasaran dan Perekonomian melalui Pemanfaatan Aplikasi Canva', 1(2), pp. 1–6.
- Basungi, S. et al. (2023) 'MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN APLIKASI CANVA', 3(1), pp. 32–37.
- Billa, S. et al. (2022) 'Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah', pp. 99–105.
- Dharmawan, I. and Puspita, W. (2019) 'Pemanfaatan Dalam Peningkatan Pemasaran di UMKM Grosir Batik Tasikmalaya', 02(01), pp. 0–3.

- Effendi, N. I. et al. (2022) 'PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING DENGAN GRAPHIC DESIGNER SOFTWARE CANVA', 6(1), pp. 643–653.
- Gramedia (2022) Pengertian Promosi (Promotion): Pengertian Dari Ahli, Jenis, dan Contohnya. Available at: <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-promosi/>.
- Muhamad, N. (2023) Usaha Mikro Tetap Merajai UMKM, Berapa Jumlahnya? Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/13/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya>.
- Muhammad Sholeh, Suraya, dan R. Y. R. (2023) 'PENGGUNAAN APLIKASI CANVA SEBAGAI DESAIN KONTEN PROMOSI BAGI PELAKU UMKM', 6(2), pp. 107–113.
- Munarsih, Mada Faisal Akbar, Aris Ariyanto, Ivantan, A. S. (2020) 'Pelatihan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha Pada Smk Muhammadiyah Parung - Bogor', Jurnal Pengabdian Dharma Laksana Mengabdi Untuk Negeri, 3(1), pp. 22–27.
- Pribadi, A. et al. (2023) 'Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar pada Media Sosial Sebagai Upaya Hasil Produk UMKM di Desa Kebun Durian Kabupaten Kampar', 4(2), pp. 401–406.
- Ratih, K. et al. (2023) 'Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital', (Prospek 2).
- Riyantoko, P. A. et al. (2022) 'PEMANFAATAN APLIKASI CANVA SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DI', pp. 198–203.
- Sri Solihah, N. E. Z. (2022) 'PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI CANVA UNTUK MENGEMBANGKAN KREATIVITAS DALAM PEMASARAN PRODUK UMKM MAKANAN KHAS DAERAH CIAMIS', 4(September), pp. 1041–1049.
- Studi, P. et al. (2023) 'Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Usaha Pecel Lele Pak Marno', 2(1), pp. 57–68.
- Yuma, F. M. et al. (2023) 'OPTIMALISASI PEMANFAATAN CANVA SEBAGAI DESAIN PRODUK PROMOSI USAHA MANIDIRI SMK KARYA UTAMA', 6(3), pp. 494–499.