

PELATIHAN PEMBUATAN IKLAN DIGITAL DENGAN APLIKASI CANVA UNTUK MENINGKATKAN PENGETAHUAN WIRAUSAHA PEMULA MILENIAL

Dian Eka Amrina^{1*}, Ikbal Barlian², Siti Fatimah³, Dwi Hasmidyani⁴,
Edutivia Mardetini⁵

^{1,2,3,4,5}Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sriwijaya, Indonesia
dianekaa@fkip.unsri.ac.id¹, ikbalbarlian@fkip.unsri.ac.id², siti_fatimah@fkip.unsri.ac.id³,
dwi_hasmidyani@fkip.unsri.ac.id⁴, edutiviamardetini@fkip.unsri.ac.id⁵

ABSTRAK

Abstrak: Belum optimalnya strategi pemasaran produk, khususnya pemanfaatan aplikasi untuk membuat iklan digital yang bisa mendukung promosi produk wirausaha pemula milenial, mendorong dilakukannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Tujuan kegiatan ini memberikan pengetahuan pembuatan iklan digital dengan aplikasi canva untuk mempromosikan produk wirausaha pemula milenial. Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian ini terdiri dari 11 orang wirausaha pemula milenial yang tersebar di beberapa daerah di Provinsi Sumatera Selatan dan memiliki berbagai usaha yang telah berjalan paling lama 5 tahun. Pendampingan pembuatan iklan digital ini dilakukan dengan pelatihan. Kegiatan pelatihan dilakukan dengan memberikan khalayak sasaran pengetahuan mengenai konsep-konsep dasar pembuatan iklan digital yang kemudian di evaluasi dengan tes. Dari hasil evaluasi yang dilakukan diketahui peningkatan pengetahuan khalayak sasaran terkategori sedang dengan rata-rata peningkatan sebesar 0,67. Sehingga dapat disimpulkan kegiatan pengabdian ini dapat meningkatkan pengetahuan wirausaha milenial dalam pembuatan iklan digital dengan Aplikasi canva.

Kata Kunci: Iklan Digital; Canva; Pengetahuan.

Abstract: *The not-yet-optimal product marketing strategy, especially the use of applications to create digital advertisements that can support the promotion of millennial startup entrepreneurial products, has encouraged this community service activity. This activity aims to provide knowledge of creating digital advertisements with the Canva application to promote millennial startup entrepreneurial products. The target audience in this service activity consists of 11 millennial startup entrepreneurs who are spread across several areas in South Sumatra Province and have various businesses that have been running for a maximum of 5 years. Assistance in making digital advertisements is carried out with training. Training activities are carried out by giving the target audience knowledge about the basic concepts of making digital advertisements which are then evaluated by tests. From the results of the evaluation carried out, it is known that the increase in knowledge of the target audience is in the moderate category with an average increase of 0.67. So it can be concluded that this service activity can increase millennial entrepreneurial knowledge in making digital advertisements with the Canva application.*

Keywords: *Digital advertising; Canva; Knowledge.*



Article History:

Received: 14-06-2023

Revised : 01-07-2023

Accepted: 01-07-2023

Online : 18-08-2023



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Revolusi industri 4.0 membawa segala hal yang serba digital dalam berbagai sendi kehidupan manusia, salah satunya dunia wirausaha. Selain itu, pandemi covid-19 yang melanda seluruh negeri pun memaksa setiap pelaku wirausaha berpikir dan bertindak aplikatif dalam mempertahankan usaha yang telah di jalannya, khususnya para generasi milenial. Generasi milenial mempunyai pemikiran yang lebih kritis, aplikasi dan inovatif, pertumbuhan generasi milenial di Indonesia menjadi sebuah kekuatan untuk membentuk masyarakat Indonesia menjadi lebih maju, mulai dari kemajuan dalam bidang teknologi, *e-commerce*, ekonomi dan berbagai bidang lainnya (Fitriyani, 2019).

Transformasi Bisnis berbasis digital berhasil menguasai pasar dalam waktu yang singkat. Meskipun menawarkan produk barang dan jasa yang sama, yang membedakan adalah layanannya. Penggunaan Aplikasi, data dan *cloud* memungkinkan layanan aplikasi yang lebih kompetitif, “*faster, cheaper, better*”. Selain itu, pertumbuhan jumlah pengguna internet dari aplikasi ke aplikasi semakin meningkat. Data terkini dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) berdasarkan survei dari total populasi 264 juta jiwa, sebanyak 171 juta jiwa atau lebih dari 64% penduduk sudah terhubung ke internet (Patandean & Indrajit, 2020). Terlebih lagi dimasa Pandemi yang sudah kita lalui aplikasi 3 tahun ini, semua kegiatan di luar ruangan dilakukan pembatasan maka mau tidak mau sosialisasi dan transaksi dilakukan melalui bantuan aplikasi digital (Sanjaya, Nursandy, Lisvia, & Nurlita, 2021) (Wijoyo & Widiyanti, 2020). Hal tersebut merupakan sebuah tantangan bagi wirausaha pemula milenial untuk bisa memajukan usaha dan siap bersaing secara sehat dalam dunia aplikasi.

Wirausaha pemula milenial yang tergabung didalam Ikatan Alumni Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unsri yang tersebar di beberapa kota/kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan merupakan para wirausaha yang telah menggeluti aplikasi kurang dari 5 tahun. Para wirausaha ini telah mendapatkan pengetahuan melalui kegiatan pengabdian dengan judul “Pelatihan kewirausahaan : Tantangan, Peluang, dan Manajemen Usaha dalam berwirausaha di era pandemik covid-19” yang dilakukan Tahun 2020. Hasil pelatihan tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan mengenai aplikasi usaha, pemanfaatan media sosial sebagai salah satu media promosi, serta kesulitan pemasaran, permodalan, dan biaya operasional berwirausaha sebesar 78,56% (Mardetini, Barlian, Fatimah, & Hasmidyani, 2021). Selain itu, ditahun 2021, para wirausaha pemula milenial ini telah mendapatkan pendampingan dalam kegiatan pengabdian dengan judul “Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan dan Strategi Branding bagi Wirausaha Pemula Milenial”. Dari kegiatan tersebut menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pemahaman khalayak sasaran terhadap pentingnya *labeling* dan *packaging* serta pembuatan laporan

keuangan dalam aplikasi dengan kategori cukup (Hasmidyani, Barlian, Fatimah, Mardetini, & Amrina, 2023).

Kegiatan pendampingan yang telah dilakukan pada wirausaha pemula milenial menunjukkan bahwa mereka memiliki keinginan dan kemampuan untuk membuat usaha mereka lebih maju lagi, salah satunya dengan mengoptimalkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan aplikasi. Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk mengoptimalkan strategi pemasaran produk wirausaha pemula milenial adalah dengan membuat iklan digital dengan aplikasi canva. Aplikasi canva memberikan keuntungan bagi UMKM dalam memasarkan usaha dan produknya (Imron, Ong, & Andriansah, 2022). Selama ini para wirausaha sudah memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya seperti *Whatsapp*, *Instagram* dan *facebook*, namun belum pernah memanfaatkan aplikasi untuk membuat iklan digital yang dapat menarik perhatian pelanggan dan pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan produk mereka. *Digital marketing* berpengaruh dalam meningkatkan pemasaran UMKM (Jasri, Arfan, Hasanuddin, & Hasan, 2022) (Febriyantoro & Arisandi, 2018) (Wibowo, et al., 2022).

Dari hasil Wawancara di studi pendahuluan diketahui bahwa 20% khalayak sasaran yang telah memanfaatkan canva dalam mempromosikan produknya, 80% mempromosikan produk hanya dengan dokumentasi produk yang dipasarkan. 20% khalayak sasaran yang telah menggunakan canva hanya membuat iklan melalui fitur-fitur yang telah tersedia di canva. Hal tersebut terjadi karena mereka belum mengetahui fungsi dari fitur-fitur terdapat pada aplikasi canva yang dapat dimanfaatkan secara optimal untuk membuat iklan. Dalam hal ini, kegiatan pengabdian memfasilitasi khalayak sasaran untuk menggunakan canva pro sehingga semua fitur dapat dimanfaatkan dalam membuat iklan produk.

Analisis situasi memberikan aplikasi bahwa belum optimalnya strategi pemasaran produk oleh khalayak sasaran, khususnya pemanfaatan aplikasi untuk membuat iklan digital yang bisa mendukung promosi produk. Suhubungan dengan hal tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pengetahuan wirausaha pemula milenial mengenai pembuatan iklan digital dengan aplikasi canva.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan secara Hybrid dimana, 5 orang khalayak sasaran hadir secara tatap muka di laboratorium pendidikan ekonomi kampus Ogan FKIP UNSRI dan 6 orang khalayak sasaran hadir secara online via zoom *meeting*. Khalayak sasaran kegiatan ini ialah wirausaha pemula milenial yang tergabung dalam IKA Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memiliki usaha dalam kurun waktu 0-5 tahun. Khalayak sasaran tersebar di beberapa Kota/Kabupaten di Provinsi Sumatera Selatan yaitu Palembang, Indralaya, Lahat, dan Muara Enim, yang berjumlah 11 orang wirausaha. Metode pelaksanaan yang

dilakukan adalah memberikan pelatihan dengan pemberian materi mengenai pemasaran produk, promosi produk, iklan digital, dan aplikasi canva. Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Langkah-langkah kegiatan pengabdian

Teknik evaluasi dalam kegiatan pengabdian ini meliputi:

1. Wawancara pra kegiatan atau analisis situasi mengenai aplikasi yang telah digunakan khalayak sasaran untuk membuat iklan digital akan dideskripsikan.
2. Tes digunakan untuk mengukur pengetahuan awal dan akhir khalayak sasaran mengenai pembuatan iklan dengan aplikasi canva, dengan bentuk instrumen tes pilihan ganda sebanyak 10 soal. Peningkatan pengetahuan khalayak sasaran di hitung dengan rumus Hake (McKagan, Sayre, & Madsen, 2022).

$$g = \frac{S_{post} - S_{pre}}{S_{maks} - S_{pre}}$$

Keterangan: S_{post} : Skor Tes Akhir; S_{pre} : Skor Tes Awal; S_{maks} : Skor Maksimal. Kriteria peningkatan kemampuan, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kategori Tingkat *Gain*

Batasan	Kategori
$g > 0,70$	Tinggi
$0,30 \leq g \leq 0,70$	Sedang
$g < 0,30$	Rendah

3. Angket evaluasi kegiatan pengabdian yang terdiri dari tiga pertanyaan terkait pesan dan kesan khalayak sasaran mengenai pelaksanaan kegiatan pengabdian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

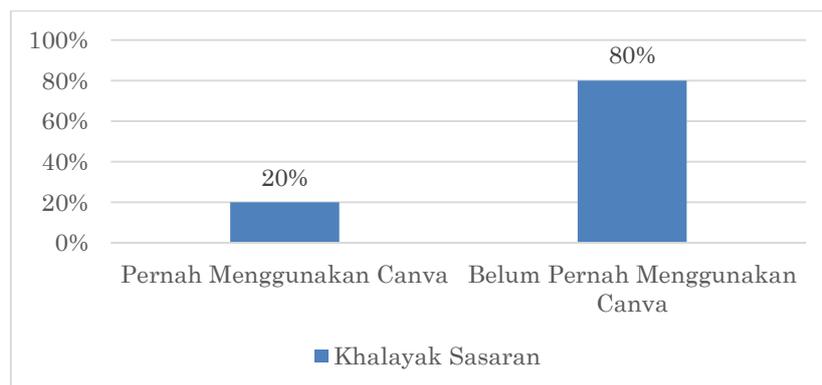
1. Pra Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan berdasarkan permintaan mitra yaitu Ketua IKA Pendidikan Ekonomi untuk melaksanakan PPM yang berkaitan dengan pembuatan iklan dengan salah satu aplikasi berbasis IT. Pada pra kegiatan, tim pengabdian melakukan wawancara kepada khalayak sasaran terkait teknik pemasaran produk yang telah mereka lakukan, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Khalayak Sasaran Wirausaha Pemula Milenial

No.	Wirausahawan	Nama Usaha
1.	FAV	Bouguets TN_Florist23
2.	RW	Awsistergift
3.	R	petani.palembang
4.	RP	An-nafi Tea
5.	MAB	Nosugar_idn
6.	NF	yourbeautyplants
7.	TW	Sukajajan_idl
8.	W	Dapurbunda_kemala
9.	Y	Yunzfood.id
10.	AA	Aishc.0
11.	R	@Qubikrispy

Hasil Wawancara menunjukkan bahwa para khalayak sasaran telah melaksanakan penjualan secara online, dengan memanfaatkan media sosial yang ada seperti *whatsapp*, *facebook*, *instagram* dan *telegram*. Hasil Wawancara pada pra kegiatan mengenai penggunaan aplikasi canva dalam membuat iklan produk dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Wawancara Pra Kegiatan penggunaan Aplikasi canva untuk membuat iklan

Hasil Wawancara tersebut menunjukkan bahwa khalayak sasaran secara dominan belum mengetahui penggunaan aplikasi canva untuk membuat iklan produk. Dua orang khalayak sasaran sudah pernah membuat iklan produk dengan aplikasi canva, namun baru menggunakan tampilan atau gambar yang telah tersedia di aplikasi tanpa mendesain sendiri gambar

sesuai dengan produk yang akan dijual. Ketika khalayak sasaran menggunakan gambar yang telah tersedia di aplikasi canva, dapat memungkinkan iklan dengan gambar yang sama dapat digunakan oleh orang lain. Oleh karena itu, dibutuhkan pengetahuan mengenai pembuatan iklan dengan aplikasi canva sehingga bisa mempermudah khalayak sasaran dalam membuat iklan produk yang pada akhirnya dapat menunjang pemasaran produk yang mereka dagangkan.

2. Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilakukan dengan pemaparan materi mengenai promosi produk, iklan digital, dan aplikasi canva dilakukan secara *hybrid* oleh tim pengabdian pada tanggal 3 September 2022, pukul 08.00 sampai dengan pukul 12.00 wib di Laboratorium Pendidikan Ekonomi Kampus Ogan FKIP Unsri. Kegiatan tersebut dihadiri 5 orang peserta secara tatap muka di laboratorium pendidikan ekonomi dan 6 orang peserta secara daring via zoom meeting, mengingat peserta dalam kegiatan pengabdian ini bukan hanya wirausaha alumni pendidikan ekonomi yang berasal dari kota Palembang namun mereka juga berasal dari luar kota Palembang seperti Lahat, Baturaja, dan Indralaya.

Kegiatan pertama di awal dengan registrasi pukul 08.00 sampai dengan 08.15 yang kemudian diiringi dengan pemberian tes awal oleh panitia. Kegiatan ini di buka oleh pembawa acara yaitu Zammiluni Tsania dan pembacaan doa oleh Pebrian Dwi Ramadhan yang merupakan mahasiswa anggota tim pengabdian. Diawali oleh kata sambutan dari Ketua IKA Pendidikan Ekonomi FKIP Unsri sekaligus membuka acara kegiatan PPM yaitu Bapak Drs. Ikbal Barlian M.Pd, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Foto Pembukaan Kegiatan PPM yang dilaksanakan secara Hybrid

Setelah pembukaan, kegiatan dilanjutkan dengan memberikan materi terkait pemasaran produk oleh Ibu Dra. Siti Fatimah, M.Si, Promosi Produk oleh Ibu Edutivia Mardetini, S.Pd., M.Ak, Iklan Digital oleh Ibu Dr. Dwi Hasmidyani, M.Si, dan Pengenalan Canva oleh Ibu Dian Eka Amrina, S.Pd., M.Pd. yang dipandu oleh Zammiluni Tsania sebagai moderator, seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pemaparan Materi Iklan Digital dengan Aplikasi Canva oleh Narasumber PPM

Peserta terlihat sangat antusias bertanya setelah pemaparan materi dari para narasumber mengenai kegiatan pemasaran produk yang mereka alami sebagai seorang pengusaha pemula. Peserta dalam kegiatan PPM ini merupakan pengusaha pemula yang baru memiliki usaha dibawah 5 tahun, oleh karena itu mereka memang pantas diberikan bimbingan dalam mengembangkan usaha yang baru dirintisnya. Usaha yang dilakukan para peserta pengabdian inipun bermacam-macam mulai dari bidang kuliner, pakaian, buket bunga, tanaman hias, sampai dengan counter HP. Kegiatan pemberian materi ini ditutup dengan pemberian Postes kepada para peserta untuk mengetahui pemahaman peserta terhadap konsep dasar pemasaran produk, promosi produk, iklan digital, dan pengenalan canva, seperti terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Sesi Pertanyaan

Peningkatan pengetahuan khalayak sasaran terhadap materi PPM yang terdiri dari materi pemasaran produk, promosi produk, iklan digital, dan pengenalan canva, dibuat dalam bentuk soal pilihan ganda berupa tes awal dan tes akhir sebanyak 10 butir soal. Rekapitulasi hasil tes pengetahuan pembuatan iklan dengan Aplikasi canva dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Tes Materi Iklan Digital dengan Aplikasi Canva

Tes	N	Total Skor	Rata-rata	N Min	N Max
Awal	11	720	65,45	40	80
Akhir	11	950	86,36	50	100

Tabel 3 tersebut menunjukkan bahwa skor hasil tes pengetahuan akhir lebih besar dibandingkan dengan tes awal, selisih sebesar 230 atau selisih rata-rata sebesar 20,91. Sedangkan peningkatan pengetahuan materi iklan digital dengan Aplikasi canva dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. N-Gain Pengetahuan Materi Iklan Digital dengan Aplikasi Canva

N	Skor N-Gain	Rata-rata	Kriteria		
			Rendah	Sedang	Tinggi
11	7,42	0,67	3	2	6

Tabel 4 menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan khalayak sasaran dengan rata-rata terkategori sedang yaitu 0,67 dan kriteria pencapaian peningkatan khalayak sasaran juga bervariasi berdasarkan kategori yaitu 27% terkategori peningkatan rendah, 18% terkategori sedang, dan 55% terkategori peningkatan tinggi.

3. Kegiatan Evaluasi

Setelah kegiatan pemberian materi dilakukan, khalayak sasaran diminta untuk mengisi angket guna mengetahui pendapat mereka mengenai kegiatan pengabdian yang dilakukan. Pesan dan kesan khalayak sasaran setelah mengikuti kegiatan pendampingan pembuatan iklan digital dengan aplikasi canva ini yaitu seluruh khalayak sasaran merasakan manfaat dari kegiatan pengabdian ini sebagai penambah wawasan dan keterampilan pembuatan iklan dengan aplikasi canva khususnya bagi wirausaha pemula. Selain itu mereka berpendapat dengan adanya kegiatan pelatihan ini dapat menonjolkan produk yang dijual serta meningkatkan daya jual dari produk. Khalayak sasaran juga mengharapkan akan dilanjutkan kegiatan pelatihan seperti ini untuk desain yang lebih kompleks, dan penggunaan aplikasi lainnya yang dapat digunakan untuk membuat iklan produk.

Serangkaian kegiatan pengabdian yang dilaksanakan dengan baik dan lancar membawa peningkatan kemampuan khalayak sasaran terhadap pembuatan iklan digital dengan aplikasi canva. Canva merupakan salah satu aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat iklan produk yang akan di pasarkan ke konsumen. Iklan dibuat dengan mempertimbangkan aspek desain, kalimat persuasi secaraimbang, keduanya tidak berlebihan, tapi harus saling mengisi. Pembuatan iklan gambar di Canva sangat praktis, pengguna hanya memilih template yang sesuai lalu dipublikasikan atau bisa dengan Mendesain logo, kombinasi warna, dan elemen visual sesuai dengan keinginan (Canva, 2023).

Hasil Evaluasi kegiatan pelatihan membuat desain iklan digital menggunakan Aplikasi canva bagi UMKM binaan ASPPUK menunjukkan 100% khalayak sasaran mengemukakan bahwa materi pelatihan berguna di kemudian hari (Wijayanti, Sukwadi, Prasetya, & Azels, 2022). Sulistiyanto melalui kegiatan pengabdian yang dilakukannya menyatakan kurangnya

keterampilan dan pengetahuan akan dunia digital dan desain grafis membuat pelaku UMKM belum bisa memanfaatkan perkembangan digitalisasi oleh karena itu sangat diperlukan kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan iklan digital menggunakan canva. Hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakannya menunjukkan pemasaran produk UD. Salim Abadi sudah merambah ke media sosial dan menggunakan desain yang menarik dan estetik dengan aplikasi canva (Sulistiyanto, 2022).

Penggunaan Aplikasi canva untuk membuat desain grafis membawa dampak positif karena masyarakat merasakan manfaat penggunaan aplikasi canva dalam menunjang promosi dan pemasaran kerajinan anyaman di desa Tabalong Mati (Hasan, Amallah, Mada, & Normanita, 2023). Dibalik kelancaran pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, kendala yang dihadapi sewaktu pelaksanaan kegiatan adalah masalah jaringan yang dihadapi oleh khalayak sasaran yang berada di daerah dan mengikuti kegiatan secara daring sehingga seorang khalayak sasaran tidak secara optimal mengikuti kegiatan pelatihan yang dilakukan. Diperlukan persiapan dan koordinasi antara tim pengabdian dan khalayak sasaran yang mengikuti kegiatan secara daring untuk mengkondisikan sehingga mereka bisa mengikuti kegiatan pengabdian dengan lancar dan pihak tim pengabdian dapat mengirimkan rekaman pemaparan materi kepada khalayak sasaran.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan untuk wirausaha pemula milenial alumni Pendidikan Ekonomi FKIP Unsri ini dapat memberikan pengetahuan kepada khalayak sasaran mengenai pentingnya pemasaran produk dengan Pembuatan iklan digital berbantu Aplikasi canva, yang terlihat dari peningkatan pengetahuan sebesar 0,67 dengan kategori sedang. Kegiatan pendampingan dalam memanfaatkan Aplikasi canva untuk membuat iklan digital yang nantinya akan bermanfaat untuk mempromosikan produk yang dijual khalayak sasaran ini baru terfokus pada Pembuatan iklan saja, belum melihat peningkatan keuntungan dan perluasan pangsa pasar dari iklan yang telah dibuat dan di unggah di sosial media Instagram. Oleh karena itu, kegiatan selanjutnya dapat dilanjutkan dengan melihat secara komprehensif efek dari pembuatan iklan digital ini pada peningkatan keuntungan penjualan produk atau perluasan pasar yang diperoleh oleh khalayak sasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Penulis mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Sriwijaya yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada rekan-rekan wirausaha pemula milenial yang merupakan alumni Pendidikan Ekonomi FKIP Unsri yang

telah mengikuti kegiatan ini, semoga kegiatan ini memberikan manfaat positif bagi para pelaku usaha.

DAFTAR RUJUKAN

- Canva. (2023). *Canva*. (Canva, Producer) Retrieved Juni 2023, from Membuat Iklan: https://www.canva.com/id_id/membuat/iklan/
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro Keci dan Menengah pada Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62-76.
- Fitriyani, I. (2019, Januari 3). *Student Column*. Retrieved from Binus University: <https://communication.binus.ac.id/2019/01/03/era-globalisasi-menuntut-generasi-milenial-berjiwa-entrepreneur/>
- Hasan, Amallah, Mada, N. D., & Normanita. (2023, Januari). Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva bagi Pengrajin di Tabalong Mati. *Al Khidma: Jurnal Pengabdian masyarakat*, 3(1), 14-20.
- Hasmidyani, D., Barlian, I., Fatimah, S., Mardetini, E., & Amrina, D. E. (2023). Pendampingan Pembuatan Laporan keuangan dan Strategi Branding bagi Wirausaha Pemula Milenial. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 7(1), 1-16.
- Imron, Ong, D., & Andriansah. (2022, Juni). Analisa Pengaruh Iklan dari Aplikasi Design Canva dalam Meningkatkan Penjualan UMKM. *RESPATI: Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi*, 17(2), 1-10.
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan, H. A. (2022, Desember). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212-224.
- Mardetini, E., Barlian, I., Fatimah, S., & Hasmidyani, D. (2021). Challenges, Opportunities, and Management of Entrepreneurship in the COVID-A9 Pandemic for the Milenial Generation. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)*, 5(1), 31-46.
- McKagan, S., Sayre, E., & Madsen, A. (2022, Desember). *PhysPort (Supporting Physics Teaching with Research-Based Resources)*. Retrieved Juni 2023, from Normalized Gain: What is it and When and How Should I Use It?: <https://www.physport.org/recommendations/Entry.cfm?ID=93334>
- Patandean, Y. R., & Indrajit, R. E. (2020). *Digital Transformation :Generasi Muda Indonesia Menghadapi Transformasi Dunia*. Yogyakarta: Andi.
- Sanjaya, A., Nursandy, F. L., Lisvia, & Nurlita, Y. S. (2021, Juni). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 3(2), 167-181.
- Sulistiyanto. (2022, April). Desain dan Digital Marketing Online menggunakan Canva. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(1), 6-11.
- Wibowo, A., Dianta, K., Effendi, M. S., Kuncoro, H., Saptono, A., & Mukthar, S. (2022, Juni). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran UMKM Berbasis Digital di Desa Cisaat. *D'EDUKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 16-25.
- Wijayanti, L., Sukwadi, R., Prasetya, W., & Azels, W. (2022, Mei). Pelatihan Membuat Desain Iklan Digital Menggunakan Aplikasi Canva Bagi UMKM Binaan ASPPUK. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1), 107-125.
- Wijoyo, H., & Widiyanti. (2020). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Kahuripan . 1*, pp. 10-13. Kediri: Universitas Kahuripan Kediri.