

## PELATIHAN DESAIN BRANDING DIGITAL UNTUK UMKM JAYAPURA MENGUNAKAN CANVA

Rasna\*<sup>1</sup>, Muh taher Jufri<sup>2</sup>, Jusmawati<sup>3</sup>, Moh Rahmat Irjii Matdoan<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Yapis Papua

<sup>4</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sains dan Teknologi Jayapura

\*e-mail: [razna.anwar@gmail.com](mailto:razna.anwar@gmail.com)

### Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Jayapura play a crucial role in local economic growth and job creation but continue to face challenges in implementing effective branding designs as part of their marketing strategies. This study aims to explore the effectiveness of digital branding design training using the Canva application in enhancing the understanding and skills of MSME actors in Jayapura to create appealing and professional visual content. Using a descriptive quantitative approach, data were collected through surveys of training participants to measure their satisfaction levels and comprehension of the material provided. The study results indicate that most participants were very satisfied (45%) and satisfied (35%) with the training, while 10% were neutral, and only 10% were less satisfied or dissatisfied. The training positively impacted participants' abilities to design branding content relevant to the needs of the digital market, potentially increasing the appeal of Jayapura MSME products in an increasingly competitive market. The findings highlight the importance of continuous training for MSMEs to strengthen digital marketing strategies and support local economic growth and competitiveness. In conclusion, branding design training using Canva has proven to be an effective solution to help Jayapura MSMEs create attractive visual content, enhance branding skills, and support digital marketing efforts.*

**Keywords:** Jayapura MSME, Branding Design; Digital Training; Canva; Visual Marketing

### Abstrak

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jayapura memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal dan penciptaan lapangan kerja, tetapi terus menghadapi tantangan dalam menerapkan desain branding yang efektif sebagai bagian dari strategi pemasaran mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas pelatihan desain digital branding menggunakan aplikasi Canva dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Jayapura untuk membuat konten visual yang menarik dan profesional. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui survei peserta pelatihan untuk mengukur tingkat kepuasan dan pemahaman mereka terhadap materi yang diberikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sangat puas (45%) dan puas (35%) dengan pelatihan, sementara 10% netral, dan hanya 10% yang kurang puas atau tidak puas. Pelatihan ini berdampak positif pada kemampuan peserta dalam merancang konten branding yang relevan dengan kebutuhan pasar digital, yang berpotensi meningkatkan daya tarik produk UMKM Jayapura di pasar yang semakin kompetitif. Temuan ini menyoroti pentingnya pelatihan berkelanjutan bagi UMKM untuk memperkuat strategi pemasaran digital dan mendukung pertumbuhan dan daya saing ekonomi lokal. Kesimpulannya, pelatihan desain branding menggunakan Canva telah terbukti menjadi solusi yang efektif untuk membantu UMKM Jayapura membuat konten visual yang menarik, meningkatkan keterampilan branding, dan mendukung upaya pemasaran digital.*

**Kata Kunci:** UMKM Jayapura, Desain Branding; Pelatihan Digital; Canva; Pemasaran Visual

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Jayapura memegang peranan penting dalam perekonomian lokal, dengan kontribusi yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM di Jayapura terus berkembang, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan operasionalnya, termasuk dalam hal pemasaran dan branding produk (Daat & Sanggenafa, 2022). Persaingan yang ketat di pasar, baik lokal maupun global, menuntut pelaku UMKM untuk memiliki keunggulan kompetitif yang dapat menarik minat pelanggan dan meningkatkan penjualan produk.

Salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran adalah desain branding yang kuat dan profesional (Iskandar et al., 2022). Branding yang efektif dapat menciptakan identitas visual yang mudah diingat oleh konsumen dan menciptakan hubungan emosional dengan merek. Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki sumber daya atau keterampilan untuk membuat desain branding yang profesional (Kurniawati et al., 2023). Hal ini terutama terjadi pada UMKM di Jayapura, di mana banyak pelaku usaha yang masih mengandalkan pemasaran tradisional dan belum memanfaatkan potensi pemasaran digital secara maksimal.

Pemasaran digital adalah salah satu cara untuk mengatasi tantangan ini (Endrawati et al., 2023). Dengan semakin berkembangnya teknologi dan penggunaan media sosial, pemasaran digital telah menjadi salah satu strategi utama untuk mempromosikan produk dan jasa. Namun, untuk dapat bersaing di dunia digital, UMKM membutuhkan kemampuan untuk membuat konten visual yang menarik dan profesional. Hal ini mengharuskan mereka untuk memiliki keterampilan desain yang memadai, terutama dalam menciptakan elemen-elemen branding seperti logo, poster, dan materi promosi lainnya.

Canva, sebuah platform desain grafis berbasis web, muncul sebagai solusi yang efisien bagi pelaku UMKM untuk membuat desain profesional dengan mudah dan biaya rendah (Fikri et al., 2023). Canva menyediakan berbagai template yang dapat disesuaikan, memungkinkan pengguna dengan keterampilan desain terbatas untuk menghasilkan karya visual yang menarik. Dengan kemudahan penggunaan dan fungsionalitas yang lengkap, Canva dapat menjadi alat

yang sangat berguna bagi UMKM di Jayapura yang ingin meningkatkan kualitas desain branding mereka tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi untuk menyewa desainer grafis profesional.

Namun, meskipun Canva menawarkan berbagai kemudahan, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan platform ini secara optimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang cara menggunakan aplikasi ini dengan efektif, serta minimnya pelatihan terkait desain branding digital yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar lokal. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memberikan pelatihan yang dapat membantu pelaku UMKM di Jayapura memahami dan memanfaatkan Canva untuk menciptakan konten visual yang berkualitas tinggi, yang dapat meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Pelatihan desain branding digital untuk UMKM dengan menggunakan Canva akan memberikan pelaku UMKM di Jayapura keterampilan praktis dalam menciptakan konten visual yang menarik. Melalui pelatihan ini, diharapkan mereka dapat memahami konsep-konsep dasar desain branding, seperti pemilihan warna, tipografi, dan penggunaan elemen grafis lainnya, yang semuanya berperan penting dalam menciptakan identitas visual yang konsisten dan mudah dikenali (Sancaya et al., 2022). Dengan keterampilan ini, pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas promosi produk mereka di berbagai platform digital, termasuk media sosial, website, dan materi pemasaran digital lainnya.

Selain itu, pelatihan ini juga dapat membantu pelaku UMKM memahami pentingnya visual branding dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Branding yang menarik dapat menciptakan kesan pertama yang positif dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong mereka untuk memilih produk UMKM yang memiliki branding yang menarik dibandingkan dengan produk lain yang kurang dikenal.

Peningkatan keterampilan dalam desain branding digital juga sejalan dengan kebutuhan UMKM untuk beradaptasi dengan tren pemasaran digital yang terus berkembang. Dalam dunia yang semakin terhubung secara online, keberadaan produk di dunia digital tidak hanya terbatas pada toko fisik, tetapi juga harus mampu menjangkau konsumen melalui media sosial, e-commerce,

dan berbagai platform digital lainnya (Awali & Rohmah, 2020). Oleh karena itu, pelatihan desain branding digital menggunakan Canva dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas produk mereka di dunia maya dan menarik perhatian lebih banyak konsumen potensial.

Pentingnya pelatihan desain branding digital berbasis Canva untuk UMKM Jayapura semakin relevan di tengah situasi ekonomi yang penuh tantangan. Di era digital yang semakin berkembang, keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang mereka tawarkan, tetapi juga oleh kemampuan mereka untuk memasarkan produk dengan cara yang inovatif dan menarik (Nofiani & Mursid, 2021). Pelatihan ini dapat menjadi langkah awal yang penting untuk mendorong UMKM Jayapura untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam pemasaran digital, meningkatkan daya saing, dan memberikan dampak positif pada perekonomian lokal.

## METODE PENELITIAN

Untuk mencapai tujuan kegiatan PKM, metode yang digunakan dalam pelaksanaan PKM ini dirancang untuk mengoptimalkan partisipasi peserta, memberikan pemahaman yang mendalam, dan memastikan keterampilan yang diperoleh dapat langsung diterapkan oleh pelaku UMKM. Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis pada kebutuhan nyata pelaku UMKM di Kota Jayapura, metode yang diterapkan bertujuan untuk membantu mereka memahami konsep pemasaran digital dan desain branding menggunakan alat Canva. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 24 Juni 2024, dengan format pelaksanaan yang bersifat hybrid, yaitu secara daring melalui platform YouTube dan secara luring dengan kehadiran langsung peserta di lokasi yang telah ditentukan. Metode PKM pelatihan desain branding digital untuk UMKM terlihat seperti pada Gambar 1.

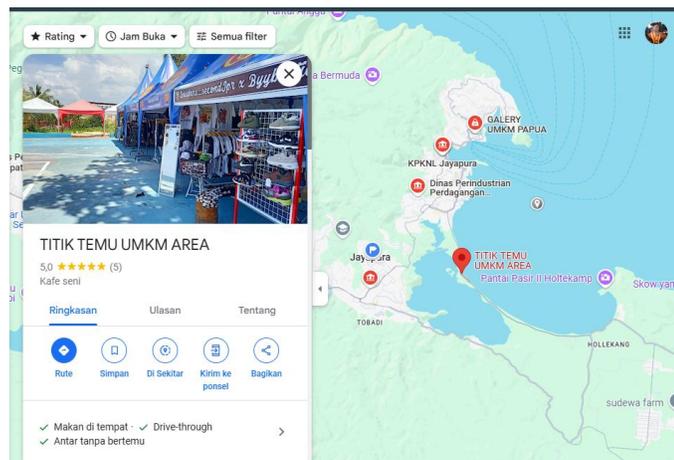


Gambar 1. Metode PKM pelatihan desain branding digital untuk UMKM Jayapura

## 1. Survei dan observasi

Kegiatan dimulai dengan survei dan observasi terhadap pelaku UMKM di Kota Jayapura. Tujuan utama dari tahap ini adalah untuk memahami kebutuhan, tantangan, dan hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengadopsi pemasaran digital serta desain branding. Survei dilakukan melalui wawancara dan diskusi kelompok, yang memungkinkan pengumpulan data yang lebih mendalam mengenai kesiapan dan harapan peserta terhadap pelatihan (Ibrahim, 2024). Observasi dilakukan dengan mengamati tren pemasaran digital yang sedang berkembang melalui media sosial dan platform berita untuk menilai sejauh mana pelaku UMKM sudah menerapkan elemen-elemen branding dan pemasaran digital dalam kegiatan mereka sehari-hari.

Kegiatan dimulai dengan survei dan observasi terhadap pelaku UMKM di Kota Jayapura. Tujuan utama dari tahap ini adalah untuk memahami kebutuhan, tantangan, dan hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengadopsi pemasaran digital serta desain branding. Survei dilakukan melalui wawancara dan diskusi kelompok, yang memungkinkan pengumpulan data yang lebih mendalam mengenai kesiapan dan harapan peserta terhadap pelatihan (Annastasya et al., 2024). Observasi dilakukan dengan mengamati tren pemasaran digital yang sedang berkembang melalui media sosial dan platform berita untuk menilai sejauh mana pelaku UMKM sudah menerapkan elemen-elemen branding dan pemasaran digital dalam kegiatan sehari-hari.



Gambar 2. Area UMKM sebagai lokasi pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Gambar 2 menunjukkan area UMKM yang terlibat dalam pelatihan desain branding digital. Berbagai jenis pelaku usaha yang menjadi sasaran pelatihan, mulai dari usaha rumahan, usaha kecil di pasar tradisional, hingga UMKM yang sudah memanfaatkan media sosial untuk pemasaran. Masing-masing kategori UMKM ini memiliki tingkat pemahaman yang berbeda terhadap penggunaan alat digital dan desain branding, yang kemudian menjadi fokus utama dalam menyusun materi pelatihan yang lebih terarah.

## **2. Penyusunan materi**

Berdasarkan hasil survei dan observasi, materi pelatihan disusun dengan cermat untuk memastikan relevansi dan kecocokan dengan tingkat pemahaman peserta. Materi yang disusun mencakup beberapa topik utama, seperti konsep pemasaran digital, pengenalan alat desain Canva, prinsip-prinsip branding, dan strategi pemasaran digital. Pengenalan konsep pemasaran digital menjelaskan perbedaan antara pemasaran digital dan pemasaran tradisional, serta menjelaskan keuntungan dan tantangan dalam pemasaran digital. Materi mengenai alat desain Canva memberikan panduan praktis tentang cara menggunakan alat desain ini, dengan penjelasan tentang fitur utama, antarmuka, serta cara membuat desain visual yang menarik untuk pemasaran produk.

## **3. Pelaksanaan pelatihan**

Pada tahap pelaksanaan pelatihan, peserta diberi penjelasan mengenai proses desain branding produk yang sangat penting untuk membangun identitas kuat bisnis. Pelatihan ini terdiri dari beberapa tahapan, dimulai dengan penetapan tujuan desain branding, seperti memperkuat citra produk atau menarik pelanggan baru. Setelah itu, dilakukan penelitian dan analisis untuk menentukan target pasar, pesaing, tren industri, dan nilai yang ingin dicerminkan produk. Tahap berikutnya adalah pengembangan konsep, di mana peserta diajarkan untuk menciptakan elemen-elemen branding awal seperti logo, warna, dan tipografi. Desain dan kreativitas merupakan tahap berikutnya, di mana peserta akan merancang elemen branding sesuai dengan

estetika dan kebutuhan target pasar. Tahap akhir adalah implementasi elemen branding ke berbagai media dan materi pemasaran, termasuk kemasan produk, situs web, dan media sosial. Pelatihan ini diselenggarakan secara virtual dan dapat diakses melalui streaming langsung pada platform YouTube, yang memungkinkan peserta untuk mengikuti seluruh sesi secara online. Link streaming pelatihan dapat diakses melalui tautan berikut: <https://www.youtube.com/live/8cbb1ki95fo> . Tautan ini menyediakan akses bagi peserta untuk melihat presentasi, mengikuti sesi tanya jawab, dan mendapatkan panduan langkah demi langkah dalam membuat desain branding yang menarik dan efektif menggunakan alat desain seperti Canva.

#### **4. Metode pelatihan**

Pada tahap pelatihan, narasumber menyampaikan teori dan konsep dasar yang berkaitan dengan pemasaran digital dan desain branding melalui metode ceramah (Damis & Harun, 2024). Ceramah ini dilakukan secara sistematis untuk memberikan pemahaman dasar sebelum memasuki tahap praktik. Materi yang disampaikan mencakup dasar-dasar desain grafis, prinsip-prinsip branding, serta bagaimana desain dapat memperkuat citra produk di pasar digital. Selain itu, pelatihan juga menggunakan metode tanya jawab untuk mendorong interaksi antara narasumber dan peserta. Metode ini memungkinkan peserta untuk bertanya langsung mengenai materi yang telah diajarkan dan berdiskusi tentang topik yang kurang dipahami.

#### **5. Evaluasi kegiatan**

Evaluasi kegiatan PKM ini dilakukan dengan mengukur tingkat kepuasan peserta melalui kuesioner yang mencakup materi pelatihan, kualitas narasumber, dan metode yang digunakan. Untuk menilai pemahaman peserta, dilakukan tes singkat mengenai pemasaran digital, desain branding, dan penggunaan Canva, serta observasi terhadap hasil praktik desain branding yang dikerjakan peserta. Evaluasi juga mencakup pemantauan dampak jangka panjang terhadap perkembangan UMKM, seperti penggunaan desain branding dan peningkatan pemasaran digital setelah pelatihan. Feedback dari peserta, narasumber, dan pengelola kegiatan turut

menjadi acuan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan dan menemukan area yang perlu diperbaiki. Keberhasilan kegiatan diukur dengan indikator tingkat kepuasan, peningkatan keterampilan peserta, serta dampak positif terhadap bisnis UMKM di pasar digital.

## PEMBAHASAN

### 1. Hasil Kegiatan

Pada bagian hasil dan pembahasan menjelaskan secara sistematis terkait pelaksanaan PKM yang melibatkan diskusi penyusunan materi, pelatihan desain grafis menggunakan Canva, serta pembuatan desain branding seperti logo dan mockup produk oleh peserta.



Gambar 3. Diskusi tentang penentuan dan penyusunan materi secara virtual

Pada Gambar 3 menunjukkan proses diskusi virtual antara narasumber dan tim penyusun materi pelatihan yang dilakukan secara daring. Diskusi ini bertujuan untuk menentukan materi yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM di Kota Jayapura. Melalui diskusi ini, narasumber dan penyusun materi mengevaluasi hasil survei dan observasi untuk menyusun materi yang tepat mengenai pemasaran digital dan desain branding. Materi disusun agar mudah dipahami oleh peserta dengan berbagai latar belakang, mulai dari usaha rumahan hingga UMKM yang telah mengadopsi media sosial untuk pemasaran.



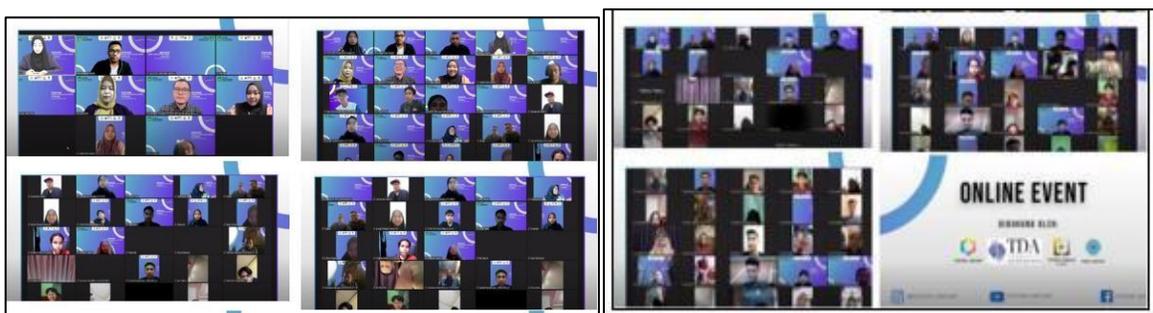
Gambar 4. Pelatihan dengan narasumber pertama pemaparan yang membawakan materi tentang pemanfaatan IT untuk UMKM

Pada Gambar 4 menunjukkan narasumber pertama memberikan pemaparan mengenai pemanfaatan teknologi informasi (IT) dalam pengelolaan UMKM. Materi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada peserta tentang pentingnya digitalisasi dalam dunia usaha, terutama untuk pelaku UMKM. Narasumber menjelaskan berbagai alat digital yang dapat digunakan oleh UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan memperkuat branding bisnis mereka. Penekanan diberikan pada penggunaan media sosial sebagai salah satu sarana pemasaran digital yang efektif, serta pemahaman dasar mengenai pemasaran digital yang dapat menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 5. (a) Pelatihan dengan narasumber kedua mengenai dasar desain grafis dan pengenalan Canva. (b) Pelatihan dengan narasumber ketiga tentang pembuatan desain logo, mockup serta promosi branding

Gambar 5 (a) menunjukkan peserta yang sedang mengikuti pelatihan mengenai dasar-dasar desain grafis dengan menggunakan Canva. Narasumber memberikan pemahaman tentang fitur-fitur dasar Canva dan bagaimana menggunakan alat ini untuk membuat desain yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pemasaran produk UMKM. Peserta diberi penjelasan tentang antarmuka Canva, berbagai template desain yang tersedia, serta cara menyusun elemen-elemen visual seperti gambar, teks, dan ikon untuk menciptakan desain yang profesional. Peserta juga diberi kesempatan untuk mempraktikkan langsung membuat desain dengan panduan yang telah diberikan. Dengan menggunakan Canva, peserta dapat mengoptimalkan desain produk mereka tanpa perlu keterampilan desain grafis yang mendalam. Pada Gambar 5(b), peserta tampak tengah mempraktikkan pembuatan desain logo dan mockup produk. Narasumber mengajarkan cara merancang logo yang mencerminkan identitas bisnis dan nilai produk. Peserta juga diajarkan untuk membuat mockup, yaitu contoh visual dari desain produk yang dapat digunakan dalam materi promosi. Mockup ini sangat penting untuk memvisualisasikan tampilan produk yang sudah diberi desain branding (Ashira et al., 2024). Selain itu, peserta belajar bagaimana cara membuat materi promosi, seperti poster atau brosur, yang efektif dalam memperkenalkan produk mereka di pasar digital. Kegiatan ini memberi peserta keterampilan praktis untuk mengaplikasikan desain branding dalam berbagai media pemasaran, termasuk media sosial dan bahan promosi lainnya.



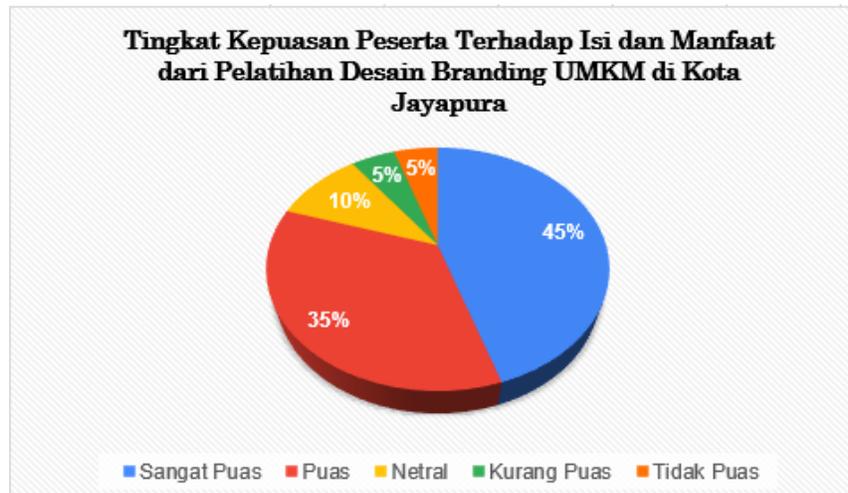
Gambar 6. Peserta yang mengikuti pelatihan desain branding

Pada Gambar 6 terlihat antusiasme peserta yang sedang mengikuti pelatihan desain branding secara virtual. Peserta yang berasal dari berbagai latar belakang usaha menunjukkan minat dan

keterlibatan aktif dalam setiap sesi pelatihan. Peserta belajar untuk membuat desain branding yang tidak hanya menarik, tetapi juga sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pasar.

## 2. Evaluasi Kegiatan

Keberhasilan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengenai pelatihan desain branding untuk UMKM menggunakan Canva dapat diukur melalui beberapa indikator utama. Dari segi pemahaman materi, keberhasilan dicapai jika mayoritas peserta, yakni minimal 70%, merasa puas atau sangat puas terhadap materi yang disampaikan. Hasil survei menunjukkan bahwa 45% peserta merasa sangat puas dan 35% merasa puas, sehingga indikator ini telah terpenuhi. Selain itu, hanya 10% peserta yang merasa netral, sementara peserta yang merasa kurang puas atau tidak puas hanya mencapai 5%, yang berada di bawah batas toleransi 20%. Dari sisi keterampilan praktis, keberhasilan dapat dilihat dari kemampuan peserta dalam mempraktikkan pembuatan desain branding menggunakan Canva. Jika lebih dari 70% peserta mampu menghasilkan desain branding sederhana secara mandiri, maka tujuan telah tercapai. Sesi evaluasi menunjukkan peningkatan hasil dari pra-pelatihan ke pasca-pelatihan, mendukung pencapaian ini. Tingkat kepuasan peserta ditunjukkan seperti pada Gambar 7.



Gambar 7. Tingkat kepuasan peserta pelatihan desain branding

Dari aspek kepuasan keseluruhan, keberhasilan ditunjukkan jika nilai rata-rata kepuasan peserta terhadap kegiatan PKM berada pada skala minimal 4 dari 5. Mayoritas peserta

memberikan umpan balik positif terkait materi, fasilitator, dan media pembelajaran, menandakan keberhasilan dari kegiatan ini (Chelsea Sutanto et al., 2024). Hasil evaluasi juga mengungkap bahwa pelaksanaan acara, meliputi waktu, metode penyampaian, dan interaksi, dinilai baik oleh sebagian besar peserta. Untuk memastikan perbaikan di masa mendatang, disarankan untuk mengadakan sesi tanya jawab yang lebih intensif bagi peserta yang merasa kurang puas, serta menyediakan survei evaluasi mendalam untuk menggali masukan tambahan. Testimoni peserta yang positif dapat digunakan sebagai bahan laporan dan rekomendasi untuk kegiatan PKM berikutnya.

## **PENUTUP**

Pelatihan desain branding berbasis digital menggunakan aplikasi Canva telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Jayapura untuk menciptakan konten visual yang menarik dan profesional. Berdasarkan hasil survei, mayoritas peserta merasa sangat puas (45%) dan puas (35%) dengan materi dan metode yang diberikan, sementara 10% bersikap netral, dan hanya 10% merasa kurang puas atau tidak puas. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil memenuhi kebutuhan peserta dalam memahami konsep desain branding dan penerapannya. Dampak positif dari pelatihan ini terlihat pada kemampuan peserta untuk mendesain konten branding yang relevan dengan kebutuhan pasar digital, yang berpotensi meningkatkan daya saing produk UMKM Jayapura di pasar yang semakin kompetitif. Temuan ini menekankan pentingnya pelatihan berkelanjutan untuk memperkuat strategi pemasaran berbasis digital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan peluang pasar baru. Pelatihan berbasis aplikasi seperti Canva dapat menjadi salah satu solusi praktis untuk mendukung transformasi digital UMKM di Jayapura.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Annastasya, V. I., Fitasari, Y., & Renfiana, L. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kue Tradisional Warung Ibu Emi untuk Meningkatkan Pendapatan*. 5(1), 1–13.
- Ashira, T. I., Zamri, R., Faridz, M., & Sularno, A. (2024). *Perancangan Website UMKM “Majoneko” Sebagai Media Promosi Melalui Aplikasi Blogger*. 02(02), 306–309.
- Awali, H., & Rohmah, F. (2020). Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan

- Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19. *BALANCA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14.
- Chelsea Sutanto, A., Chang, G., Daffa Nadhif, L., Samuel Son, S., Miranda Simon, V., & Yulia Ningsih, R. (2024). Efektivitas Penggunaan Instagram Dalam Proses Branding Pada Umkm Di Kemanggisan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(3), 204–211.
- Damis, S., & Harun, H. (2024). Peningkatan Pendapatan Usaha Umkm Asoka Desa Tanra Tuo Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Melalui Digitalisasi Bisnis. *Economics and Digital Business Review*, 5(1), 325–331.
- Endrawati, T., Safarudin, M. S., Windreis, C., AR, M., Zahrudin, A., & Yusnanto, T. (2023). Pelatihan Manajemen Bisnis Dan Pemasaran Online Bagi Umkm Di Berbagai Provinsi. *Communnity Development Journal*, 4(2), 4501–4512.
- Fikri, M., Mutaqin, R., Syarifudin, D., Nurwulandari, F. S., Pasundan, U., Kreatif, E., Kreatif, I., Asset, D., Kota, P., Makerspace, C., & Cimahi, K. (2023). *Pemetaan Spasial Ekonomi Kreatif Berbasis Digital Asset Templating di Kota Cimahi*. 9, 535–559.
- Ibrahim, A. (2024). *Sistem Dokumentasi Modul Perkuliahan Universitas Saintek Muhammadiyah Berbasis Web*. 3(5).
- Iskandar, J., Prasetya, A., & Fitriyasari, M. (2022). *Penguatan Strategi Marketing Industri Kreatif Masyarakat (UMKM) Melalui Branding Design*. 2(03), 87–94.
- Kurniawati, M., Riwu, Y. F., Amtiran, P. Y., & Fa'ah, Y. S. (2023). Pelatihan Personal Branding Dan Digital Literacy Bagi Pelaku Umkm Di Kota Kupang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 1399.
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). Pentingnya Perilaku Organisasi dan Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71–77.
- Sancaya, I. M. A. W., Swandi, I. W., & Artawan, C. A. (2022). Perancangan Stock Illustration Bertema Beach Holiday Di Florto Studio. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(02), 123–131.