
PENINGKATAN KEMAMPUAN EDITING FOTO UNTUK PROMOSI UMKM KAMPUNG JAWI SUKOREJO SEMARANG

Dinar Anggit Wicaksana¹, Febrian Wahyu Christanto^{2*}, Agus Hartanto³

Program Studi S1 Teknik Informatika, FTIK, Universitas Semarang

febrian.wahyu.christanto@usm.ac.id*

ABSTRACT

Kampung Jawi MSME is an entrepreneurial organization located in the Sukorejo Village, Gunung Pati District, Semarang, Central Java. This MSME manages traditional culinary venues, traditional art performances, and rents venues for weddings. Considering that there are 89.15 million Instagram social media users in Indonesia, promotion through image media and social media is the most strategic way to attract many consumers to Kampung Jawi. With this promotion, consumers can see and enjoy products (virtually in imagination) sold by MSME actors. The problem that arises is that 39% of MSME actors in Kampung Jawi have limited ability to make promotional media that are creative, attractive, and right on target for consumers. They do not yet have sufficient skills to utilize a variety of digital media, one of which is product design to promote the culinary and artistic attractions of Kampung Jawi. With these problems, this PkM was implemented in the form of seminars and practice. The most important thing that needs to be improved in making product designs is how to do image editing that will leave a brand image or perception for consumers who see the image. The results achieved from this PkM activity were an increase in the ability of MSME actors in Kampung Jawi by 97% to edit promotional photos using the Canva software via Instagram.

Keywords: MSME, canva, promotional photo, instagram

ABSTRAK

UMKM Kampung Kampung Jawi merupakan organisasi kewirausahaan yang berada di Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunung Pati, Kota Semarang, Jawa Tengah. UMKM ini mengelola tempat kuliner tradisional, pertunjukan seni tradisional, dan persewaan tempat untuk pernikahan. Mengingat sebesar 89,15 juta pengguna sosial media Instagram berada di Indonesia, maka promosi melalui media gambar dan sosial media merupakan cara yang paling strategis untuk menarik banyak konsumen datang ke Kampung Jawi. Dengan promosi tersebut konsumen dapat melihat sekaligus menikmati produk (secara virtual dalam imajinasi) yang dijual oleh pelaku UMKM. Permasalahan yang timbul adalah sebesar 39 % pelaku UMKM Kampung Jawi memiliki kendala keterbatasan kemampuan membuat media promosi yang kreatif, menarik, dan tepat sasaran bagi konsumen. Mereka belum memiliki kemampuan yang cukup untuk memanfaatkan beragam media digital salah satunya desain produk untuk mempromosikan objek wisata kuliner dan seni Kampung Jawi. Dengan permasalahan tersebut maka dilaksanakanlah Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dalam bentuk seminar dan praktek. Hal terpenting yang perlu ditingkatkan di dalam pembuatan desain produk adalah bagaimana melakukan editing gambar yang akan meninggalkan brand image atau persepsi bagi para konsumen yang melihat gambar tersebut. Hasil yang dicapai dari kegiatan PkM ini adalah peningkatan kemampuan para pelaku UMKM Kampung Jawi sebesar 97% untuk melakukan editing foto promosi menggunakan software Canva melalui Instagram.

Kata Kunci: UMKM, canva, foto promosi, instagram

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Kampung Jawi merupakan salah satu organisasi para pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. UMKM ini merupakan tempat kuliner tradisional (angkrikan), pertunjukan seni tradisional (seni wayang dan tari) dan persewaan tempat (pernikahan, rapat, dan sebagainya). Dalam usahanya untuk mempromosikan obyek wisata UMKM tersebut, para pelaku UMKM memiliki kendala yaitu keterbatasan kemampuan membuat media promosi yang kreatif, menarik, dan tepat sasaran bagi konsumen. Hasil wawancara dengan pendiri Kampung Jawi didapatkan informasi bahwa promosi di tempat wisata ini masih belum maksimal sehingga jumlah pengunjung masih belum sesuai dengan yang diharapkan dan persewaan tempat masih dirasa sepi.

Digital marketing merupakan salah satu usaha untuk memasarkan atau mempromosikan sebuah produk melalui media internet agar bisa menjangkau konsumen maupun calon konsumen dengan cepat. Media *internet* sekarang ini populer digunakan untuk pemasaran produk melalui sosial media seperti *Facebook*, *Instagram*, dan media sosial yang lain. Manfaat yang didapatkan dengan *digital marketing* selain bisa menjangkau pasar yang lebih luas, juga dapat meningkatkan efektivitas biaya pemasaran dan membuat ruang waktu pemasaran tidak terbatas. Selain itu *digital marketing* bersifat *real-time* sehingga pengusaha dapat langsung memperhatikan minat dan feed back dari pasar yang dituju serta dapat memutuskan strategi penyesuaian terkait konten iklan yang akan diproduksi. *Digital marketing* dipandang sebagai media promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan (Ratna Gumilang, 2019).

Internet sudah dikenal baik oleh semua kalangan masyarakat termasuk para pelaku UMKM di seluruh Indonesia, tetapi terdapat kendala disini yaitu kurang optimalnya penggunaan *internet* dalam mendukung manajemen usaha. Masalah yang dihadapi oleh UMKM di negara-negara berkembang sebenarnya bukanlah karena ukurannya tetapi karena isolasi yang menghambat akses UMKM ke pasar (Gunardi et al., 2020) sementara sebagian besar UMKM masih menjalankan usahanya dengan cara-cara tradisional termasuk untuk produksi dan pemasaran. Salah satu trik dalam menghadapi persaingan di dunia *marketing* adalah dengan teknik penyajian produk dengan melalui konten-konten menarik baik visual atau audio visual (Rustriani et al., 2021) (Irwansyah et al., 2021). Hal ini dikuatkan oleh hasil wawancara dari pendiri Kampung Jawi bahwa penyebab kurang optimalnya dalam mendukung manajemen usaha adalah kurangnya wawasan dan edukasi kepada pelaku UMKM terkait *digital marketing*. Dengan adanya pemaparan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pentingnya pengetahuan dan keterampilan berkenaan pembuatan konten menarik untuk penjualan produk dalam upaya peningkatan omset penjualan produk UMKM.

Saat ini, sosial media banyak dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu media promosi (Rara, 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa sosial media saat ini memiliki peranan penting dalam strategi promosi yang digunakan baik untuk usaha kecil maupun besar (Tiwow et al., 2021). Promosi dengan menggunakan sosial media tidak terlepas dari konten yang diunggah sesuai dengan tujuan yaitu promosi sebuah barang atau jasa (Darmastuti et al., 2021). Konten yang diunggah pada sosial media haruslah konten yang menarik sehingga dapat menarik

perhatian audiens yang mana hal tersebut dapat mencapai tujuan dilakukannya promosi (Ahmad et al., 2016).

Pada awal tahun 2023 ini, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak ke-4 di dunia yakni sebanyak 89,15 juta pengguna (Annur, 2023). Keunggulan Instagram adalah pengguna dapat mengunggah dan menonton berbagai klip video dengan gratis serta dapat juga melakukan pesan instan. Tidak hanya itu Instagram memiliki pula fitur lainnya seperti *ads* di *timeline* dan *story* sehingga membuat menjadi lebih dekat dengan pengguna (Junawan & Laugu, 2020). Dalam suatu penelitian menyatakan bahwa Instagram cukup baik untuk membantu perusahaan menuju tujuannya, membangun, serta meningkatkan *brand awareness*, *brand image*, dan interaksi antara perusahaan dengan konsumennya secara langsung (Alfajri et al., 2019).

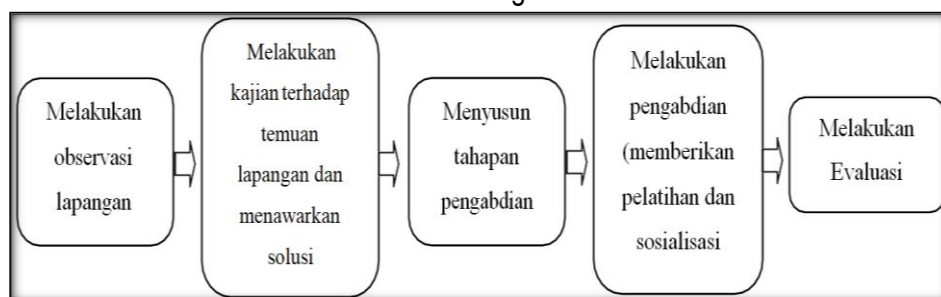
Canva merupakan salah satu aplikasi *online* yang dapat digunakan untuk membuat desain grafis untuk berbagai macam kebutuhan seperti logo, konten sosial media, *banner*, dan sebagainya (Yuli Purwati, 2019). Canva dapat pula digunakan pada berbagai *platform* seperti *website* maupun *mobile* (Setyorini et al., 2022). Canva juga merupakan salah satu aplikasi yang memiliki keberhasilan dalam meningkatkan layanan informasi promosi melalui media *online* yang sudah banyak digunakan (Saman et al., 2021).

Hal inilah yang memotivasi pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) untuk edukasi UMKM di Kampung Jawi, Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang terkait editing foto menggunakan aplikasi Canva dan optimalisasi *digital marketing* khususnya pada media sosial untuk tujuan promosi produk.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang akan dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah dan praktek. Kegiatan peningkatan kemampuan editing foto ini bertempat di Aula Kampung Jawi. Tahapan dan langkah-langkah pada pengabdian ini ditunjukkan pada Gambar 1 sebagai berikut.

Gambar 1.
Proses dan langkah PkM



Sedangkan jadwal pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang sudah ditargetkan sebelumnya dan sudah disetujui pihak pelaku UMKM Kampung terdapat dalam Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1.
Jadwal kegiatan PkM

		Bulan												
No	Kegiatan	April 2023			Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023	
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Pembuatan dan pengajuan proposal	■												
2	Proses persetujuan proposal dan proses surat menyurat		■	■	■									
3	Konfirmasi peserta dan daftar nama peserta				■	■	■							
4	Pelaksanaan kegiatan						■	■						
5	Jurnal, HKI, poster, dan publikasi media massa								■	■	■	■		
6	Pembuatan laporan pelaksanaan PkM dan presentasi hasil												■	■

Jadwal kegiatan pada Tabel 1 diatas adalah jadwal kegiatan PkM ini dimulai dari April 2023 berupa pembuatan, pengajuan, serta proses persetujuan kegiatan PkM baik oleh pihak Universitas maupun pihak UMKM Kampung Jawi. Dilanjutkan pada bulan Mei 2023 adalah tahap observasi, konfirmasi peserta, serta pelaksanaan kegiatan. Pembuatan jurnal PkM, HKI, poster, dan publikasi media massa ditargetkan pada Juni 2023 dan pembuatan laporan serta presentasi hasil PkM akan dilaksanakan pada bulan Juli 2023. Target luaran perlu ditentukan dalam PkM sebagai pemenuhan atas dokumentasi PkM yang telah dilaksanakan. Target luaran dari PkM ini terdapat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2.
Target luaran PkM

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
Luaran Wajib		
1.	Publikasi ilmiah di jurnal berISSN/ Prosiding jurnal Nasional	Ada
2.	Publikasi pada Media masa cetak/ <i>online/repository</i> PT	Ada
3.	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya)	Ada
4.	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen)	Ada
5.	Perbaikan tata nilai masyarakat (senibudaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, dan kesehatan)	Ada
Luaran Tambahan		
1.	Jasa, model, rekayasa sosial, sistem, dan produk/barang	Ada

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian
2.	Hak kekayaan intelektual (paten, paten sederhana, hak cipta, merek dagang, rahasia dagang, desain produk industri, perlindungan varietas tanaman, dan perlindungan topografi)	Ada

Pada kegiatan PkM ini target khalayak peserta adalah pelaku UMKM Kampung Jawi. Peserta sebanyak 10-15 orang yang telah dipilih berdasarkan hasil observasi sebelumnya. Masing-masing peserta menggunakan 1 unit *Handphone* (HP) selama praktek berlangsung. Kegiatan dilaksanakan dalam 1 (satu) hari dengan durasi peningkatan kemampuan selama 4 (empat) jam, terdiri dari :

- 40 menit untuk tes awal dan pengenalan Canva
- 100 menit untuk praktek dan materi pembuatan foto promosi menggunakan Canva
- 60 menit untuk praktek membuat akun Instagram dan mengunggah foto ke Instagram.
- 40 menit untuk tes akhir dan evaluasi keseluruhan materi.

Evaluasi keberhasilan kegiatan peningkatan kemampuan ini dilakukan pada awal kegiatan dan pada akhir kegiatan berupa kuesioner. Indikator keberhasilan kegiatan ini dilihat dari respon positif dari para peserta melalui evaluasi yang diberikan. Hasil yang ingin dicapai adalah peningkatan kemampuan peserta dalam *editing* foto sebagai media promosi. Melalui peningkatan kemampuan ini diharapkan masyarakat dapat memanfaatkan dan menerapkan teknologi informasi sebagai media promosi sehingga mendukung proses bisnis guna meningkatkan penjualan dan laba pelaku UMKM.

Dalam rangka melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang mengambil tema “Peningkatan Kemampuan *Editing* Foto untuk Promosi UMKM Kampung Jawi Sukorejo Semarang” diperlukan beberapa kepakaran tim untuk kelayakan pelaksanaan PkM ini. Kepakaran yang diperlukan adalah antara lain kemampuan instruktur dalam penguasaan kuesioner dan analisa kegiatan yang dikuasai oleh Dinar Anggit Wicaksana, S.Si., M.Pd., kepakaran tentang sosial media dan *internet* dikuasai oleh Febrian Wahyu Christanto, S.Kom., M.Cs., sedangkan kepakaran lainnya adalah penguasaan *editing* foto yang dikuasai oleh Agus Hartanto, S.Kom., M.Kom. Berdasarkan beberapa kepakaran yang dimiliki oleh tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tim pelaksana layak untuk mengadakan PkM ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada hari Rabu, 24 Mei 2023 bertempat di Aula Kampung Jawi Kecamatan Gunungpati, selama 4 (empat) jam dari pukul 08.00 – 12.00 WIB dengan peserta adalah pelaku UMKM Kampung Jawi sebanyak 12 orang. Metode yang digunakan di dalam kegiatan PkM ini adalah metode seminar untuk mengenalkan materi *editing* foto dengan *software* Canva serta *upload* hasil pelatihan yang sudah diikuti oleh para pelaku UMKM ke sosial media Instagram. Berikut dalam Gambar 2 adalah cover dari modul materi kegiatan PkM dan Gambar 3 adalah dokumentasi kegiatan PkM pada UMKM Kampung Jawi.

Gambar 2.
Cover modul materi PkM



Gambar 3.
Dokumentasi kegiatan PkM



Hasil dari kegiatan PkM ini berupa hasil *editing* foto untuk promosi produk-produk pelaku UMKM di Kampung Jawi. Hasil *editing* foto pelaku UMKM dari kegiatan PkM ini terdapat dalam Gambar 4 berikut,

Gambar 4.
Hasil kegiatan PkM



Disela kegiatan PkM, para peserta diminta mengisi kuesioner secara *online* baik sebelum (*pre test*) dan sesudah (*post test*) kegiatan didapatkan hasil evaluasi dan tingkat keberhasilan kegiatan PkM ini. Hasil rekapitulasi dari 12 peserta PkM dalam menjawab pertanyaan *pre test* dan *post test* terdapat pada Tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3.
Rekapitulasi *pre test* dan *post test* kegiatan PkM

No	Pertanyaan	Pre Test			Post Test		
		Ya	Ragu	Tidak	Ya	Ragu	Tidak
1	Apakah sebelumnya anda sudah pernah membuat <i>editing</i> foto?	5	0	7	12	0	0
2	Apakah anda mengerti manfaat <i>editing</i> foto?	6	2	4	12	0	0
3	Apakah anda pernah menggunakan foto sebagai sarana promosi?	11	1	0	12	0	0
4	Apakah anda perlu media promosi?	12	0	0	12	0	0
5	Apakah anda pernah menggunakan Canva untuk <i>editing</i> foto?	2	0	10	12	0	0
6	Apakah anda memahami kegunaan aplikasi Canva?	2	0	10	12	0	0
7	Apakah anda tertarik menggunakan Canva?	12	0	0	12	0	0
8	Apakah anda perlu untuk mempelajari Canva untuk menambah kemampuan dalam <i>editing</i> foto?	12	0	0	12	0	0
9	Apakah anda memahami secara garis besar cara pembuatan <i>editing</i> foto menggunakan Canva?	12	0	0	12	0	0
10	Apakah anda memahami cara menggunakan menu navigasi di dalam aplikasi Canva?	2	0	10	12	0	0
11	Apakah anda memahami cara memotong dan menggabungkan foto di dalam aplikasi Canva?	2	0	10	12	0	0

No	Pertanyaan	Pre Test			Post Test		
		Ya	Ragu	Tidak	Ya	Ragu	Tidak
12	Apakah anda memahami cara menyimpan hasil <i>editing</i> foto di dalam aplikasi Canva?	1	1	10	12	0	0
13	Apakah anda nyaman menggunakan Canva menggunakan HP?	6	3	3	9	3	0
14	Apakah tutorial <i>editing</i> foto dengan Canva ini bermanfaat bagi anda?	11	1	0	12	0	0
15	Apakah anda memahami kegunaan Instagram?	2	1	9	12	0	0
16	Apakah anda perlu menggunakan Instagram untuk sarana promosi?	11	1	0	12	0	0
17	Apakah anda memiliki akun Instagram?	2	0	10	12	0	0
18	Apakah anda pernah mengunggah foto di Instagram?	2	0	10	12	0	0
19	Apakah anda puas dengan pelatihan ini?	5	7	0	12	0	0
20	Apakah anda akan selalu mempromosikan lewat Instagram setelah pelatihan?	5	7	0	8	4	0
Rata-rata Responden		6,15	1,2	4,65	11,65	0,35	0
Persentase Responden		51%	10%	39%	97%	3%	0

Pada Tabel 3 diatas pertanyaan ke-19 menjelaskan bahwa semua responden merasa puas dengan pelatihan ini. Kemudian pertanyaan ke-20 masih menunjukkan bahwa terdapat 4 responden yang masih ragu untuk selalu mempromosikan lewat Instagram. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan PkM sukses dilaksanakan dengan tujuan untuk mempromosikan produk pada Instagran menggunakan foto promosi yang menarik telah tercapai. Pada pertanyaan ke-4 pre test semua responden menjawab perlu media promosi dan tertarik dengan Canva. Kemudian pada pertanyaan ke-15 sebanyak 2 responden yang sudah memahami kegunaan Instagram. Hal ini mengindikasikan bahwa peserta membutuhkan pelatihan pengembangan *editing* foto untuk promosi produk melalui Canva dan mengunggahnya ke Instagram. Hal ini juga yang membuat para peserta sangat antusias dalam mendengarkan pemaparan dan menerapkannya secara langsung menggunakan *Handphone* (HP). Hasil analisa kuesioner diatas terdapat pada Gambar 5 berikut,

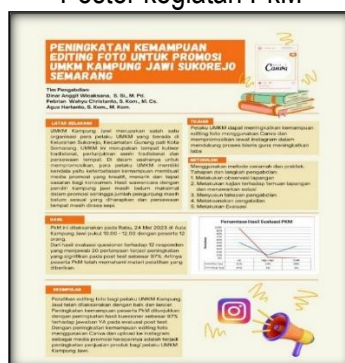
Analisa kuesioner PkM



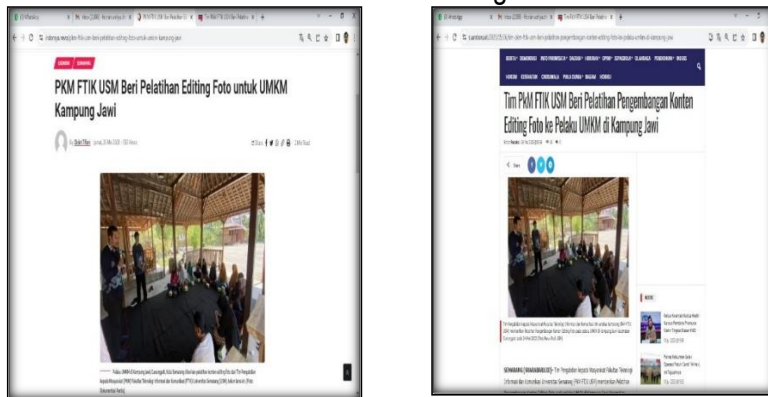
Dari hasil evaluasi kuesioner terhadap 12 responden yang menjawab 20 pertanyaan pada Gambar 5 menghasilkan analisa bahwa terjadi peningkatan yang signifikan pada post test sebesar 97%. Artinya peserta PkM telah memahami materi pelatihan yang diberikan yaitu telah berhasil mengunggah foto menarik hasil *editing* dengan Canva ke sosial media Instagram.

Luaran kegiatan PkM ini menghasilkan pula poster kegiatan dan publikasi kegiatan pada media massa *online* yang terbit pada kanal berita Indo Raya (<https://indoraya.news/pkm-ftik-usm-beri-pelatihan-editing-foto-untuk-umkm-kampung-jawi>) dan kanal berita Suara Baru (<https://suarabaru.id/2023/05/26/tim-pkm-ftik-usm-beri-pelatihan-pengembangan-konten-editing-foto-ke-pelaku-umkm-di-kampung-jawi>). Kedua berita tersebut sama-sama terbit pada tanggal 26 Mei 2023. Hal ini membuktikan pula bahwa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini mempunyai tingkat keberhasilan yang baik serta mempunyai kebermanfaatan terhadap masyarakat terutama untuk pelaku UMKM di Kampung Jawi sehingga layak dimuat dan dipublikasikan di media massa *online*. Berikut dalam Gambar 6 dan Gambar 7 adalah luaran PkM lainnya yaitu poster kegiatan PkM dan berita pada media massa.

Poster kegiatan PkM



Gambar 7.
Publikasi media massa kegiatan PkM



SIMPULAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) *editing* foto bagi pelaku UMKM Kampung Jawi di Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang telah dilaksanakan dengan baik dan lancar. Peserta pelatihan sebanyak 12 peserta yang berasal dari pelaku UMKM Kampung Jawi. Peningkatan kemampuan peserta PkM ditunjukkan dengan peningkatan hasil kuesioner *pre test* dan *post test* sebesar 97% terhadap jawaban “YA” yang artinya peserta PkM telah memahami materi pelatihan yang diberikan. Dengan peningkatan kemampuan editing foto menggunakan Canva dan *upload editing* foto ke Instagram maka hal ini dapat digunakan oleh pelaku UMKM Kampung Jawi sebagai media promosi barang atau jasa yang ditawarkan sekaligus mengajak banyak masyarakat untuk berkunjung ke daerah wisata tersebut. Diharapkan dari PkM ini akan terjadi peningkatan penjualan barang dan jasa bagi pelaku UMKM Kampung Jawi.

Saran yang dapat diberikan sehubungan dengan kegiatan PkM ini adalah diperlukan pemantauan dan keberlanjutan materi PkM agar pelaku UMKM Kampung Jawi semakin dapat meningkatkan kemampuan promosi dan branding produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Semarang dan UMKM Kampung Jawi atas dukungan, dana, dan kebijakan dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini melalui Surat Perjanjian Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Dosen Universitas Semarang Nomor: 031/USM.H7.LPPM/N/2023.

REFERENSI

- Ahmad, N. S., Musa, R., & Harun, M. H. M. (2016). The impact of social media content marketing (SMCM) towards brand health. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 331–336. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30133-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30133-2)
- Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q. (2019). Pemanfaatan social media analytics pada Instagram dalam peningkatan. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 34–42. <https://doi.org/10.14710/interaksi.8.1.34-42>

- Annur, C. M. (2023, Mei 4). Jumlah pengguna Instagram Indonesia terbanyak ke-4 di dunia. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>
- Darmastuti, S., Juned, M., Ali, S., & Satrio, J. (2021). Pelatihan pembuatan konten media sosial dalam strategi marketing bagi Karang Taruna Desa Panyirapan, Serang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)*, 1(3), 83–92. <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/JPM/article/view/146>
- Gunardi, G., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2020). Analisa strategi pemasaran online terhadap kinerja keuangan UMKM fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 61–68. <https://doi.org/10.32670/jiak.v3i1.30>
- Irwansyah, I., Rohman, M. Z., & Sari, W. E. (2021). Peningkatan branding produk untuk promosi usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6), 1493–1499. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i6.5357>
- Rara, D. H. M. (2022). Media sosial sebagai alternatif penjualan pengusaha kain jumputan sutra di tengah pandemi Covid-19. *Parta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 45–52. <https://doi.org/10.38043/parta.v2i1.3171>
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi digital marketing terhadap peningkatan penjualan hasil home industri. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Rustriani, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan katalog produk untuk meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri (JMM)*, 5(5), 2615–2624. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5027>
- Saman, A., Umar, N. F., Bakhtiar, M. I., & Harun, A. (2021). Pemanfaatan aplikasi Canva untuk membuat media bimbingan dan konseling bagi MGBK Kabupaten Gowa. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 270–276. <https://journal.ilinstitute.com/index.php/caradde/article/view/1352>
- Setyorini, S., Agustino, H., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2022). Pelatihan komputer desain Canva bagi anak remaja di Desa Mojosari Kepanjen Malang. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 793–798. <https://doi.org/10.47492/eamal.v2i1.1214>
- Tiow, V. A., Amin, B. D., & Sulistiawaty, S. A. (2021). Pemanfaatan media sosial untuk bisnis online bagi kelompok usaha mikro. *SMART: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 32–39. <https://doi.org/10.35580/smart.v1i1.24436>
- Yuli Purwati, L. P. (2019). Pelatihan desain menggunakan aplikasi Canva untuk anggota Komunitas Ibu Profesional Banyumas Raya. *Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat (JPMM)*, 1(1), 42–51. <https://doi.org/10.37403/jpmm.v1i1.15>