

Pelatihan Desain Konten Digital Menggunakan Canva dan Tools Pendukung bagi Mahasiswa Wirausaha dan Pelaku Usaha di Kota Palu

Digital Content Design Training Using Canva and Supporting Tools for Student Entrepreneurs and Business Owners in Palu City

Ayu Putri Utami, Rizkiani Iskandar*, Hesti Evrianti, Pricylia Chintya Dewi B

Jurusan Manajemen, Universitas Tadulako

Correspondence Email: rizkianiiskandar@gmail.com

Abstrak

Perkembangan digitalisasi menuntut mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha untuk memiliki keterampilan dalam memproduksi konten kreatif yang menunjang promosi usaha. Sayangnya, keterbatasan pengetahuan desain grafis sering menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan media digital secara optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha di Kota Palu dalam mendesain konten digital menggunakan Canva serta memanfaatkan tools pendukung seperti Remove.bg, Freepik, dan CapCut. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, workshop praktik, dan pendampingan. Sosialisasi difokuskan pada pentingnya literasi digital dan branding usaha, sedangkan workshop menekankan keterampilan teknis melalui praktik langsung, dan pendampingan dilakukan agar peserta mampu mengaplikasikan desain sesuai kebutuhan usaha. Evaluasi dilaksanakan dengan pre-test, post-test, serta penilaian terhadap hasil karya peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan yang cukup besar secara deskriptif, di mana 80% peserta mampu membuat poster promosi sederhana secara mandiri, 75% berhasil mengintegrasikan elemen visual pendukung, dan 70% mulai mengimplementasikan hasil desain pada media sosial usaha mereka. Dengan capaian tersebut, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi digital, kreativitas, serta daya saing mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha lokal di era ekonomi digital.

Kata kunci: Konten Digital, Wirausaha, Digitalisasi Usaha, Pemberdayaan Masyarakat, Canva.

Abstract

The development of digitalization requires student entrepreneurs and business owners to have the skills to produce creative content that supports business promotion. Unfortunately, limited graphic design knowledge is often a major obstacle to optimal use of digital media. This community service activity is designed to improve the skills of student entrepreneurs and business owners in Palu City in designing digital content using Canva and utilizing supporting tools such as Remove.bg, Freepik, and CapCut. The implementation method includes socialization, practical workshops, and mentoring. The socialization focused on the importance of digital literacy and business branding, while the workshop emphasized technical skills through direct practice, and mentoring was provided so that participants were able to apply designs according to business needs. Evaluation was carried out using pre-tests, post-tests, and assessments of participants' work. The results of the activity showed a considerable descriptive increase in skills, where 80% of participants were able to create simple promotional posters independently, 75% successfully integrated supporting visual elements, and 70% began implementing the design results on their business social media. With these achievements, this activity makes a real contribution to improving digital literacy, creativity, and the competitiveness of student entrepreneurs and local business owners in the digital economy era.

Keywords: Digital Content, Entrepreneurship, Business Digitalization, community Service, Canva.

Article History:

Submitted: 01-10-2025, Revised: 05-08-2026, Accepted: 25-08-2026, Published 31-08-2026



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia usaha. Saat ini, strategi pemasaran dan promosi tidak lagi hanya mengandalkan metode konvensional, melainkan lebih banyak bertumpu pada media digital. [1] Mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha di Kota Palu, sebagai bagian dari generasi produktif, dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut. Tantangan utama yang mereka hadapi adalah bagaimana memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan konten promosi yang menarik, mudah dipahami, dan mampu menjangkau konsumen yang lebih luas.

Salah satu keterampilan penting dalam era digital adalah kemampuan mendesain konten. Namun, tidak semua mahasiswa wirausaha maupun pelaku usaha memiliki latar belakang desain grafis yang memadai. Keterbatasan ini menyebabkan banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) hanya memanfaatkan cara promosi sederhana, seperti teks biasa atau gambar seadanya di media sosial.[2] Padahal, konsumen saat ini lebih tertarik pada konten yang visual, kreatif, dan informatif.[3] Kondisi ini mendorong perlunya solusi praktis yang dapat digunakan oleh siapa saja, termasuk mereka yang tidak memiliki kemampuan desain profesional.

Canva hadir sebagai salah satu platform desain berbasis digital yang ramah pengguna. Aplikasi ini menyediakan beragam template siap pakai, sehingga pengguna pemula pun dapat menghasilkan desain dengan cepat dan menarik.[4] Selain itu, berbagai *tools* pendukung seperti *Remove.bg* untuk menghapus latar belakang gambar, *Freepik* sebagai sumber ilustrasi dan elemen visual, serta *CapCut* untuk mengedit video, memperkuat peluang mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha dalam menciptakan konten promosi yang lebih variatif.[5]

Lebih jauh lagi, perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) juga semakin memperkaya proses desain konten digital. Saat ini, *Canva* sendiri sudah mengintegrasikan fitur berbasis AI, seperti *text-to-image* untuk menghasilkan gambar dari perintah teks, *magic design* untuk menyusun layout secara otomatis, hingga *AI copywriting* untuk membantu pembuatan teks promosi yang persuasif. Kehadiran AI dalam desain konten digital membuka peluang baru bagi mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi, kreativitas, dan kualitas promosi. Mereka tidak hanya dapat membuat desain dengan cepat, tetapi juga menghasilkan konten yang lebih relevan dengan target pasar.[6]

Bagi mahasiswa wirausaha di Kota Palu, keterampilan ini sangat relevan karena sebagian besar usaha yang mereka jalankan masih pada tahap awal dan membutuhkan strategi pemasaran yang hemat biaya tetapi tetap efektif. Demikian pula dengan pelaku usaha lokal, khususnya UMKM, yang seringkali memiliki keterbatasan dalam sumber daya manusia dan finansial.[7] Dengan pemanfaatan *Canva*, *tools* pendukung, dan dukungan teknologi AI, mereka dapat meningkatkan literasi digital, memperkuat identitas merek, serta memperluas jangkauan pasar melalui media

sosial.[8]

Hasil identifikasi kebutuhan yang dilakukan tim pelaksana terhadap calon peserta menunjukkan bahwa sekitar 70% di antaranya belum memiliki pengalaman memadai dalam menggunakan *Canva* maupun *tools* desain pendukung, sementara sisanya baru sebatas memanfaatkan fitur dasar tanpa mengoptimalkan elemen visual untuk kebutuhan promosi. Sebagian besar calon peserta juga mengaku masih mengandalkan cara promosi konvensional di media sosial karena keterbatasan pengetahuan desain grafis. Kondisi ini menegaskan perlunya pelatihan yang dirancang secara sistematis, mulai dari sosialisasi hingga pendampingan praktik.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha di Kota Palu dalam praktik desain konten digital berbasis *Canva* dan *tools* pendukung dengan menekankan potensi pemanfaatan teknologi AI. Tujuannya adalah agar peserta tidak hanya mampu menghasilkan konten promosi secara mandiri, tetapi juga dapat memanfaatkan teknologi terkini untuk meningkatkan daya saing usaha mereka di era ekonomi digital yang semakin kompetitif.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Gedung Media center Universitas Tadulako pada 30 September 2025 dengan melibatkan sebanyak 40 peserta, terdiri dari mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha lokal yang sebagian besar bergerak di bidang kuliner, fesyen, dan produk kreatif. Kegiatan dilaksanakan dalam 2 sesi dengan durasi tiap sesi sekitar 3 jam dan total durasi pelaksanaan 6 jam. Pemilihan sasaran kegiatan ini didasarkan pada kebutuhan nyata akan peningkatan keterampilan digital, khususnya dalam hal mendesain konten promosi untuk memperkuat branding dan memperluas pasar melalui media sosial.

Tahap pertama adalah persiapan kegiatan. Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan mitra yaitu komunitas wirausaha mahasiswa dan asosiasi UMKM Kota Palu untuk menentukan peserta, lokasi, serta jadwal kegiatan. Selain itu, disusun materi pelatihan yang berisi materi pengenalan *Canva*, teknik dasar desain grafis, pemanfaatan *tools* pendukung seperti *Remove.bg* untuk editing gambar, *Freepik* untuk pencarian aset visual, dan *CapCut* untuk pengolahan video, serta pengenalan fitur *Artificial Intelligence* (AI) dalam *Canva* seperti *magic design* dan *text-to-image*. Instrumen evaluasi berupa pre-test, post-test, dan rubrik penilaian hasil karya juga dipersiapkan.

Data hasil pre-test dan post-test dianalisis secara deskriptif kuantitatif, yaitu dengan menghitung persentase jumlah peserta yang mencapai setiap indikator kemampuan pada masing-masing tahap, kemudian membandingkan capaian sebelum dan sesudah pelatihan untuk melihat besarnya perubahan (*gain score*) pada tiap indikator. Hasil rubrik penilaian karya dinilai berdasarkan

kriteria kreativitas, keterbacaan pesan, dan relevansi desain dengan usaha peserta, sedangkan hasil kuesioner kepuasan peserta diolah dalam bentuk persentase. Mengingat jumlah sampel dan sifat evaluasi yang deskriptif, analisis pada kegiatan ini tidak menggunakan uji statistik inferensial, sehingga istilah peningkatan yang digunakan pada bagian hasil merujuk pada perubahan persentase secara deskriptif, bukan signifikansi statistik.

Tahap berikutnya adalah sosialisasi. Pada tahap ini, peserta diberikan pengetahuan dasar mengenai pentingnya literasi digital, tren pemasaran berbasis media sosial, serta urgensi konten kreatif dalam membangun citra usaha. Pemateri juga menjelaskan bagaimana perubahan perilaku konsumen saat ini dipengaruhi oleh visual marketing, sehingga desain konten yang menarik dapat berdampak langsung pada minat beli. Dalam sesi ini, peserta diajak berdiskusi mengenai pengalaman mereka dalam mempromosikan produk dan tantangan yang dihadapi.

Setelah itu dilaksanakan workshop praktik. Kegiatan workshop didesain dengan pendekatan praktik langsung, sehingga peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga berlatih membuat desain. Peserta dibimbing membuat poster promosi sederhana menggunakan *Canva*, mempelajari cara menghapus latar belakang dengan *Remove.bg*, menambahkan elemen visual dari *Freepik*, serta membuat konten video pendek untuk media sosial dengan *CapCut*. Pada sesi khusus, peserta diperkenalkan dengan pemanfaatan AI dalam *Canva* yang dapat membantu menghasilkan desain secara otomatis, sehingga mempercepat proses kerja sekaligus meningkatkan kreativitas.

Tahap selanjutnya adalah pendampingan. Pada tahap ini, peserta didampingi secara intensif untuk menghasilkan proyek desain sesuai dengan kebutuhan usaha masing-masing. Beberapa peserta mengembangkan poster menu makanan, flyer promosi produk fesyen, hingga desain katalog online. Tim pelaksana memberikan umpan balik langsung terkait aspek kreativitas, kejelasan pesan, pemilihan warna, hingga keterkaitan desain dengan identitas usaha. Pendampingan dilakukan secara kelompok kecil agar setiap peserta mendapat perhatian yang lebih personal.

Tahap terakhir adalah evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta mengenai desain konten digital. Selain itu, hasil karya peserta dinilai berdasarkan kriteria kreativitas, keterbacaan pesan, dan relevansi dengan usaha mereka. Respon peserta juga dikumpulkan melalui kuesioner, yang mencakup kepuasan terhadap materi, metode, dan manfaat kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mayoritas peserta mengalami peningkatan keterampilan, lebih percaya diri dalam membuat konten promosi, serta berkomitmen untuk memanfaatkan desain digital sebagai strategi pemasaran jangka panjang.

Dengan metode yang sistematis ini, kegiatan pengabdian diharapkan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperluas wawasan peserta mengenai pemanfaatan teknologi digital dan *Artificial Intelligence* dalam mendukung keberlanjutan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil dilaksanakan dengan melibatkan 40 peserta yang terdiri dari mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha lokal Kota Palu. Secara umum, pelaksanaan kegiatan berjalan dengan lancar, peserta hadir dengan antusias, dan keterlibatan mereka terlihat aktif pada setiap tahapan. Hasil dari kegiatan ini dapat dilihat melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, baik dari hasil evaluasi pre-test dan post-test maupun dari kualitas karya desain yang dihasilkan.

Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta (70%) belum memiliki pengalaman yang memadai dalam menggunakan Canva maupun tools desain pendukung. Sebagian lainnya (30%) pernah menggunakan *Canva*, tetapi hanya sebatas pada pembuatan desain sederhana tanpa memanfaatkan fitur dan elemen visual secara optimal. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan keterampilan yang cukup signifikan, sehingga workshop praktik menjadi relevan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Setelah pelaksanaan workshop dan pendampingan, hasil post-test memperlihatkan peningkatan kemampuan yang cukup besar secara deskriptif. Sebanyak 80% peserta mampu membuat poster promosi sederhana secara mandiri dengan memanfaatkan *template Canva*. Selain itu, 75% peserta berhasil menggunakan *tools* pendukung seperti *Remove.bg* dan *Freepik* untuk memperkaya desain, dan 70% peserta mampu mengintegrasikan hasil desain pada media sosial usaha mereka. Bahkan, beberapa peserta sudah mulai mengembangkan katalog digital dan desain konten video pendek menggunakan *CapCut* sebagai strategi pemasaran.

Tabel 1. Perbandingan Hasil Pre-test dan Post-test Peserta

Indikator	Pre-test	Post-test
Belum berpengalaman menggunakan Canva/tools desain pendukung	70%	-
Pernah menggunakan Canva secara sederhana	30%	-
Mampu membuat poster promosi mandiri	-	80%
Mampu menggunakan tools pendukung (<i>Remove.bg</i> , <i>Freepik</i>)	-	75%
Mengimplementasikan hasil desain pada media sosial usaha	-	70%
Menyatakan pelatihan sangat bermanfaat	-	85%
Merasa lebih percaya diri mengelola konten digital	-	82%

Catatan: Indikator pre-test mengukur pengalaman awal peserta, sedangkan indikator post-test mengukur capaian keterampilan setelah pelatihan; kedua kelompok indikator ini belum diukur pada instrumen yang identik sehingga perbandingan bersifat deskriptif, bukan skor berpasangan (paired)

pada indikator yang sama.



Gambar 1 & 2: Pemberian materi tentang konten digital menggunakan canva

Dari sisi kualitas karya, terlihat adanya perbedaan yang jelas antara desain sebelum dan sesudah pelatihan. Sebelum pelatihan, sebagian besar desain cenderung sederhana, monoton, dan tidak mencerminkan identitas usaha. Setelah pelatihan, desain yang dihasilkan menjadi lebih bervariasi, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik produk yang ditawarkan. Misalnya, mahasiswa wirausaha di bidang kuliner mampu membuat poster menu makanan yang menarik dengan kombinasi warna yang serasi, sementara pelaku usaha fesyen berhasil membuat katalog online yang lebih profesional.

Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan ini juga berdampak pada perubahan sikap dan kepercayaan diri peserta. Berdasarkan hasil kuesioner, 85% peserta menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat untuk mendukung promosi usaha mereka, sementara 82% peserta merasa lebih percaya diri dalam mengelola konten digital secara mandiri. Beberapa peserta juga menyampaikan bahwa pemanfaatan *Canva* dan fitur AI sangat membantu mereka dalam mempercepat proses desain, terutama bagi yang sebelumnya tidak memiliki latar belakang desain grafis.

Pembahasan dari hasil ini menunjukkan bahwa penguasaan desain konten digital merupakan keterampilan penting bagi mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha di era digital. *Canva* dan *tools* pendukung terbukti efektif dalam memberikan solusi praktis dan terjangkau bagi mereka yang memiliki keterbatasan sumber daya. Integrasi teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam desain, seperti fitur *magic design* atau *text-to-image*, semakin memperkuat manfaat pelatihan ini karena mampu memudahkan proses kreatif sekaligus meningkatkan kualitas konten.

Efektivitas pelatihan ini tidak terlepas dari pendekatan bertahap yang memadukan sosialisasi, praktik langsung, dan pendampingan intensif, sehingga peserta memperoleh pemahaman konseptual sekaligus pengalaman menyelesaikan proyek desain nyata sesuai kebutuhan usahanya masing-masing. Pendampingan dalam kelompok kecil memungkinkan tim

pelaksana memberikan umpan balik yang lebih personal, yang turut mendorong peningkatan kepercayaan diri peserta dalam berkarya secara mandiri. Meskipun demikian, tim pelaksana juga mencatat sejumlah kendala selama kegiatan berlangsung, antara lain keterbatasan waktu praktik bagi peserta yang belum terbiasa dengan perangkat digital, variasi kecepatan belajar antar peserta dengan latar belakang usaha yang berbeda, serta kendala akses internet yang sesekali menghambat proses pengunduhan aset visual dari *Freepik*. Kendala-kendala ini menjadi catatan penting bagi perbaikan pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang.

Jika dibandingkan dengan kegiatan PKM sejenis, hasil ini menunjukkan pola yang relatif konsisten meskipun dengan besaran capaian yang bervariasi. [9] melaporkan bahwa pelatihan *Canva* bagi peserta didik di sekolah perbatasan Indonesia-Malaysia yang dievaluasi secara deskriptif turut memberikan dampak positif terhadap kemampuan peserta menghasilkan produk desain, sedangkan [10] menemukan peningkatan keterampilan guru dalam merancang media pembelajaran berbasis *Canva* melalui pendekatan partisipatif tanpa pengukuran skor kuantitatif. Pada kegiatan yang menggunakan instrumen pre-test dan post-test seperti pada kegiatan ini, [11] melaporkan peningkatan pengetahuan sekitar 30% pada pelatihan pembuatan video pembelajaran berbasis *Canva*, sementara [12], [13] mencatat peningkatan skor pretest-posttest sebesar 13% pada pelatihan PowerPoint dan *Canva* bagi mahasiswa baru. Dibandingkan dengan capaian tersebut, peningkatan kemampuan peserta pada kegiatan ini tergolong cukup besar, terutama pada aspek penerapan desain ke media sosial usaha. Dari sisi sasaran, kegiatan ini juga sejalan dengan pelatihan *Canva* bagi pelaku UMKM seperti [14], yang melaporkan 95% peserta mampu membuat materi promosi digital secara mandiri setelah pelatihan, maupun [15] yang menyoroti pentingnya pendampingan digital bagi pelaku usaha dengan literasi digital rendah. Perbedaan utama kegiatan ini terletak pada sasaran peserta yang menggabungkan mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha lokal lintas sektor (kuliner, fesyen, produk kreatif) dalam satu program, serta penekanan pada pengenalan fitur AI dalam *Canva* yang belum banyak dibahas pada kegiatan PKM sejenis. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi tambahan berupa model pelatihan desain konten digital yang mengintegrasikan literasi AI bagi kelompok wirausaha muda di tingkat kota.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga meningkatkan literasi digital dan kreativitas peserta, serta berpotensi memperkuat daya saing usaha lokal ke depannya. Ke depan, kegiatan serupa dapat dikembangkan dengan menambahkan materi tentang strategi pemasaran digital berbasis data dan pemanfaatan AI dalam analisis perilaku konsumen, sehingga peserta dapat lebih optimal dalam mengembangkan usaha mereka di era ekonomi digital.



Gambar 3: Foto Bersama peserta dan pemateri

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kota Palu dengan sasaran mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha lokal berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui tahapan sosialisasi, workshop, dan pendampingan, peserta mampu meningkatkan keterampilan mereka dalam mendesain konten digital menggunakan *Canva* serta *tools* pendukung seperti *Remove.bg*, *Freepik*, dan *CapCut*. Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan keterampilan yang cukup besar secara deskriptif, di mana 80% peserta berhasil membuat poster promosi sederhana, 75% mampu memanfaatkan elemen visual tambahan, dan 70% mulai mengimplementasikan hasil desain pada media sosial usaha mereka. Mengingat evaluasi ini bersifat deskriptif dan belum didukung uji statistik formal, capaian tersebut perlu dimaknai sebagai kecenderungan perubahan, bukan signifikansi statistik.

Selain peningkatan keterampilan teknis, kegiatan ini juga berdampak pada perubahan sikap dan kepercayaan diri peserta dalam mengelola konten digital. Kehadiran fitur *Artificial Intelligence* (AI) pada *Canva* menambah nilai strategis, karena mampu mempercepat proses desain sekaligus meningkatkan kualitas hasil karya. Dengan demikian, pelatihan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi digital dan kreativitas peserta, serta berpotensi mendukung daya saing usaha lokal di era ekonomi digital, meskipun dampaknya terhadap daya saing usaha secara langsung masih perlu dikaji lebih lanjut melalui evaluasi jangka panjang.

Ke depan, program serupa dapat diperluas dengan memasukkan materi tentang strategi

pemasaran digital berbasis AI, analisis perilaku konsumen, serta pemanfaatan platform *e-commerce*. Hal ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas mahasiswa wirausaha dan pelaku usaha dalam menghadapi tantangan persaingan global.

DAFTAR PUSTAKA

- 1 Philip Kotler, *Entrepreneurial Marketing*. Gramedia Pustaka Utama, 2024. [Online]. Available: <https://books.google.co.id/books?id=rEQYEQAAQBAJ>
- 2 C. Raheni and I. Rizkiani, "Digitalization of Village-Owned Enterprises in Supporting SDGs in Rural Areas : Opportunities and Challenges in Sigi Regency," no. 352, pp. 1924–1938, 2025.
- 3 A. R. Lopes, I. Porto, and B. Casais, "Digital Content Marketing: Conceptual Review and Recommendations for Practitioners," *Acad. Strateg. Manag. J.*, vol. 21, no. 2, pp. 1–17, 2022.
- 4 A. I. S. Alamsyah, "Peran Aplikasi Canva Dalam Mendukung Umkm Bersaing Di Era Digital," *J. Inf. Syst. Applied, Manag. Account. Res.*, vol. 8, no. 2, p. 343, 2024, doi: 10.52362/jisamar.v8i2.1448.
- 5 Panji Pramuditha, B. Harto, and Neng Siti Lutfia Alfani Kurnia Sari, "Canva Magic: Menggali Perilaku Pengguna dalam Membangun Brand Identity UMKM Bandung di Era Digital," *ATRABIS J. Adm. Bisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 364–378, 2024, doi: 10.38204/atrabis.v10i2.2173.
- [6] N. Andari, R. R. A. Putra, L. Aprilianti, P. A. Yohanes, B. Monica, and N. I. Aliyah, "Pengembangan Sumber Daya UMKM melalui Pelatihan Canva untuk Peningkatan Nilai Branding Produk," *J. Pengabd. Masy. Bangsa*, vol. 2, no. 11, pp. 5528–5535, 2025, doi: 10.59837/jpmba.v2i11.1999.
- 7 Umar, C. Raheni, Nursalim, I. Rizkiani, Tovan, and Mutmainah, "SCALE-UP STRATEGY OF VILLAGE-OWNED ENTERPRISES IN SIGI DISTRICT: INSTITUTIONAL TRANSFORMATION TOWARDS DIGITALIZATION," *Indones. Interdisciplinary J. Sharia Econ.*, vol. 8, no. 2, pp. 167–186, 2025.
- 8 J. Bersama and P. Kepada, "Akselerasi Inovasi Digital UMKM dengan Pemanfaatan Canva untuk Branding & Inovasi Berkelanjutan (SDGs 9)," vol. 1, no. 2, pp. 85–91, 2025, doi: 10.55123/samamas.
- 9 I. Ramadhan, M. Ulfah, S. Prancisca, A. Y. T, U. R. Febrianti, and A. Wahyudi, "Pelatihan Peningkatan Keterampilan Belajar Peserta Didik Menggunakan Aplikasi Canva di Sekolah Perbatasan Indonesia-Malaysia," *J. Pengabd. UNDIKMA*, vol. 4, no. 3, pp. 525–532, 2023.
- 10 D. Anita *et al.*, "Pelatihan Desain Media Pembelajaran Inovatif Berbasis Platform Canva bagi Guru SMP Negeri 1 Depapre Kabupaten Jayapura," *J. Pengabd. UNDIKMA*, vol. 5, no. 2, pp. 264–272, 2024.

- 11 S. H. Wijayanti, A. Harrison, Y. C. Dhian, T. Jessica, and M. Theresia, "Upgrading videography knowledge and skills in making Canva-based learning videos for elementary school teachers," *Aksiologi J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 8, no. November, pp. 629–638, 2023.
- 12 I. Riadi, A. Fadlil, F. Andrianto, A. Elvina, and G. Fanani, "Penggunaan Teknologi Tools Powerpoint dan Canva untuk Media Informasi," *Aksiologi J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 2, 2022.
- 13 A. Al Fiani and M. Hanif, "Penguatan Pembelajaran Daring Melalui Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva," *J. Pengabd. Masy. PGSD*, vol. 2, no. 2, pp. 136–146, 2022.
- 14 H. F. Mavilinda, N. Nofiawaty, A. Nazaruddin, and L. D. Siregar, "Training on making digital brochures as an online promotion strategy for MSMEs products," *ABDIMAS J. Pengabd. Masy. Univ. Merdeka Malang*, vol. 7, no. November, pp. 873–884, 2022.
- 15 M. P. Putri *et al.*, "Optimalisasi Usaha IKM Wajan Banyuasin melalui Pelatihan Digital Marketing," *J. Abdimas Mandiri*, vol. 9, no. 1, pp. 11–17, 2025.