

PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PELATIHAN DESAIN GRAFIS UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK LOKAL MASYARAKAT DESA NANAS GUNUNG KIDUL

Ahlan Marjan¹, Tarisha Sabrina Keswahyupi², Dahlia³, Satriya Iman Samudra⁴, Muhammad Iksan⁵, Lalu Tirangga Aji Wangsanegara⁶

¹²³⁴ Universitas Ahmad Dahlan, ¹Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, ²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ³Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi, ⁴Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, ⁵Universitas Samawa, Pendidikan Ilmu Ekonomi, ⁶Badan Keuangan dan Aset Daerah, Pemerintah Kabupaten Lombok Utara

*e-mail: ahlan2100018474@webmail.uad.ac.id, tarisha2100011272@webmail.uad.ac.id, dahlia2100030302@webmail.uad.ac.id, satriya2100013192@webmail.uad.ac.id, iksan.unsa@gmail.com, lalutirangga@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oktober 20, 2025
Revised Oktober 23, 2025
Published Oktober 30, 2025

Kata kunci

Abon Ikan;
Desain Grafis;
Desa Nanas;
UMKM;
Pemasaran;

ABSTRAK

UMKM abon ikan di Desa Nanas menghadapi tantangan dalam hal pemasaran produk karena masih mengandalkan metode promosi tradisional yang kurang efektif dalam era digital. Keterbatasan kemampuan desain grafis dan branding menyebabkan produk mereka sulit bersaing dan memiliki jangkauan pasar yang terbatas, sehingga berdampak pada rendahnya visibilitas produk dan terbatasnya akses ke segmen konsumen yang lebih luas. Program pelatihan desain grafis dan branding dirancang sebagai pendekatan strategis untuk memberdayakan pelaku UMKM dengan keterampilan praktis menggunakan aplikasi Canva, yang memungkinkan peserta menciptakan desain kemasan, identitas visual, dan media promosi digital secara mandiri tanpa biaya tambahan. Kegiatan ini memberikan kontribusi dalam pengembangan metode evaluasi program pelatihan menggunakan pendekatan wawancara yang komprehensif, dimana model pelatihan yang dikembangkan dapat menjadi referensi untuk pemberdayaan UMKM sejenis di wilayah lain. Penelitian menggunakan metode evaluasi wawancara yang terdiri dari pre-test, post-test, evaluasi praktik dengan wawancara reflektif, dan follow-up evaluation dengan melibatkan 25 peserta UMKM abon ikan. Program pelatihan dilaksanakan dalam tiga tahap yaitu pemberian materi teoritis, praktik langsung menggunakan Canva, dan pendampingan intensif, dengan evaluasi yang mengukur empat aspek utama meliputi konsep desain, prinsip branding, aplikasi desain, dan strategi pemasaran. Program pelatihan berhasil mentransformasi pengetahuan peserta dari kategori "kurang" menjadi "baik" hingga "sangat baik" dengan peningkatan pada seluruh aspek evaluasi. Metode evaluasi wawancara terbukti efektif dalam mengukur pemahaman mendalam dan kemampuan aplikasi praktis peserta. Program pelatihan desain grafis dan branding dengan metode evaluasi wawancara terbukti efektif meningkatkan kapasitas UMKM abon ikan dan memberikan dampak berkelanjutan terhadap kinerja bisnis.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Ahlan Marjan, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia
Email: ahlan2100018474@webmail.uad.ac.id

1. PENDAHULUAN

Desa Nanas yang terletak di Kelurahan Tileng, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta, merupakan sebuah desa dengan karakteristik geografis yang unik dan khas. Desa ini memiliki kondisi topografi berbukit dengan tanah karst yang menjadi ciri khas wilayah Gunungkidul, dimana formasi batu kapur mendominasi bentang alam setempat. Meskipun menghadapi tantangan dalam hal ketersediaan sumber daya air dan kondisi tanah yang relatif keras, masyarakat Desa Nanas telah menunjukkan adaptabilitas yang luar biasa dalam mengembangkan berbagai kegiatan ekonomi produktif. Mayoritas penduduk menggantungkan hidup dari sektor pertanian, perikanan, peternakan, dan usaha kecil menengah yang terus berkembang seiring dengan dinamika ekonomi lokal. Letak strategis desa yang mudah diakses melalui jalur transportasi utama menuju pusat kota Wonosari dan Yogyakarta menjadikan Desa Nanas memiliki potensi besar untuk pengembangan ekonomi berbasis masyarakat [1].

Dalam perkembangan ekonomi lokal, salah satu sektor usaha yang menunjukkan pertumbuhan signifikan di Desa Nanas adalah industri pengolahan makanan, khususnya usaha produksi abon ikan yang telah menjadi produk unggulan masyarakat setempat. UMKM abon ikan di desa ini berkembang sebagai respons kreatif masyarakat dalam memanfaatkan ketersediaan bahan baku ikan segar yang mudah diperoleh dari daerah sekitar, terutama ikan laut yang banyak dan mudah diperoleh dari nelayan setempat. Proses produksi abon ikan dilakukan secara tradisional dengan mempertahankan cita rasa otentik yang telah turun temurun, namun tetap memperhatikan aspek higienitas dan kualitas produk. Saat ini terdapat sekitar 15 ibu rumah tangga yang aktif beroperasi dan mengelola produksi abon ikan. Produk abon ikan Desa Nanas memiliki keunggulan dalam hal rasa yang gurih dan tekstur yang halus, serta daya tahan yang relatif lama tanpa menggunakan bahan pengawet kimia, sehingga aman untuk dikonsumsi dan diminati oleh konsumen dari berbagai kalangan [2].

Meskipun memiliki kualitas produk yang baik dan potensi pasar yang menjanjikan, para pelaku UMKM abon ikan di Desa Nanas menghadapi berbagai kendala dalam aspek pemasaran dan promosi yang menghambat perkembangan usaha mereka. Sistem pemasaran yang masih mengandalkan pendekatan konvensional seperti penjualan langsung di pasar tradisional, sistem konsinyasi ke warung-warung kecil, dan promosi melalui komunikasi dari mulut ke mulut membuat jangkauan pasar menjadi sangat terbatas dan tidak dapat berkembang secara optimal. Kemasan produk yang masih sederhana menggunakan plastik biasa tanpa label atau desain yang menarik membuat produk kurang memiliki daya tarik visual di mata konsumen. Lebih lanjut, para pelaku UMKM belum memanfaatkan potensi media digital dan platform online untuk mempromosikan produk mereka, padahal era digital saat ini menawarkan peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat regional maupun nasional [3].

Menghadapi tantangan pemasaran tersebut, diperlukan sebuah solusi komprehensif yang dapat memberdayakan para pelaku UMKM abon ikan agar mampu bersaing dalam era digital dan memperluas akses pasar mereka. Pelatihan desain grafis merupakan salah satu pendekatan strategis yang dapat memberikan dampak signifikan dalam mengatasi permasalahan pemasaran yang dihadapi para pelaku UMKM di Desa Nanas. Melalui program pelatihan desain grafis yang terstruktur dan aplikatif, para peserta akan dibekali dengan keterampilan praktis untuk menciptakan desain kemasan yang menarik dan profesional, mengembangkan identitas visual berupa logo dan elemen branding lainnya, serta membuat berbagai media promosi digital seperti poster, brosur, dan konten untuk media sosial [4]. Pelatihan ini dirancang dengan pendekatan pembelajaran yang mudah dipahami dan langsung dapat dipraktikkan menggunakan aplikasi desain yang *user-friendly*, sehingga para pelaku UMKM dapat secara mandiri mengembangkan materi promosi tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan untuk jasa desain eksternal. Dengan demikian, program pelatihan desain grafis diharapkan dapat menjadi katalis yang mendorong transformasi pemasaran produk abon ikan dari sistem konvensional menuju pemasaran digital yang lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan serta kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Nanas secara berkelanjutan [5].

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Pendekatan Kegiatan

Pelaksanaan program pelatihan desain grafis untuk UMKM abon ikan di Desa Nanas menggunakan pendekatan pembelajaran partisipatif yang mengombinasikan tiga tahapan utama, yaitu pemberian

materi teoritis, praktik langsung, dan pendampingan intensif [6]. Metode ini dipilih untuk memastikan peserta tidak hanya memahami konsep dasar desain grafis secara teoretis, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara langsung dalam konteks promosi produk abon ikan mereka. Pendekatan pembelajaran yang diterapkan mengutamakan *learning by doing* dengan rasio 30% teori dan 70% praktik, sehingga peserta dapat memperoleh pengalaman langsung dalam menggunakan aplikasi desain grafis dan menciptakan materi promosi yang relevan dengan kebutuhan usaha mereka.

2.2. Sasaran dan Kriteria Peserta

Target peserta pelatihan adalah masyarakat umum dan pelaku UMKM abon ikan di Desa Nanas, Kelurahan Tileng, Kabupaten Gunung Kidul. Kriteria peserta yang ditetapkan meliputi pemilik atau pengelola usaha abon ikan dan karang taruna atau anak muda yang memiliki smartphone atau akses ke laptop/komputer untuk praktik desain, serta bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pelatihan.

2.3. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan desain grafis dilaksanakan selama 2 hari berturut-turut dengan durasi 4 jam per hari (total 8 jam), dimulai pukul 19.00-22.00 WIB. Tempat pelaksanaan kegiatan adalah Sekolah Alam Desa Nanas yang dipilih karena memiliki fasilitas ruangan yang memadai, jaringan internet, akses listrik yang stabil untuk penggunaan perangkat elektronik, serta lokasi yang mudah dijangkau oleh seluruh peserta. Pemilihan waktu malam hari disesuaikan dengan aktivitas harian peserta yang mayoritas adalah ibu-ibu rumah tangga, anak-anak muda dan pelaku UMKM, sehingga tidak mengganggu kegiatan masyarakat desa nanas pada siang hari.

2.4. Tahap Metode Pelaksanaan

2.4.1 Tahap Pemberian Materi

Tahap pertama dalam metode pelaksanaan adalah pemberian materi teoritis yang dirancang untuk memberikan pemahaman dasar kepada peserta tentang konsep desain grafis dan aplikasinya dalam pemasaran produk [7]. Materi yang disampaikan mencakup pengenalan konsep dasar desain visual, prinsip-prinsip desain yang efektif, pentingnya branding dan identitas visual dalam bisnis, serta peran desain grafis dalam strategi pemasaran modern. Penyampaian materi dilakukan melalui metode ceramah interaktif dengan menggunakan presentasi visual yang menarik, dilengkapi dengan contoh-contoh nyata desain kemasan produk makanan yang sukses di pasaran. Setiap sesi materi dibatasi maksimal 30 menit untuk menjaga konsentrasi peserta, dan diselingi dengan sesi tanya jawab untuk memastikan pemahaman peserta terhadap konsep yang disampaikan.

Materi teoritis juga meliputi pengenalan berbagai aplikasi desain grafis yang mudah digunakan seperti Canva [8]. Peserta diberikan pemahaman tentang fitur-fitur dasar aplikasi tersebut, cara navigasi interface, dan fungsi-fungsi utama yang akan digunakan dalam proses desain. Selain itu, peserta juga dibekali dengan pengetahuan tentang teori warna, tipografi dasar, komposisi visual, dan prinsip-prinsip desain kemasan yang menarik namun tetap informatif. Setiap materi teoritis langsung dikaitkan dengan konteks produk abon ikan yang mereka produksi, sehingga peserta dapat memahami relevansi dan aplikasi praktis dari setiap konsep yang dipelajari.

2.4.2 Tahap Praktik Langsung

Setelah peserta memperoleh pemahaman teoritis yang memadai, tahap selanjutnya adalah praktik langsung menggunakan aplikasi desain grafis untuk membuat berbagai materi promosi produk abon ikan. Praktik ini dilakukan secara bertahap dimulai dari pembuatan elemen desain sederhana hingga

desain yang lebih kompleks, dengan setiap peserta didampingi secara individual untuk memastikan tidak ada yang tertinggal dalam proses pembelajaran. Sesi praktik pertama fokus pada pembuatan logo sederhana untuk produk abon ikan masing-masing peserta, dimana mereka belajar menggunakan tools dasar seperti text editor, shape tools, dan color picker dalam aplikasi Canva [9]. Praktik selanjutnya meliputi pembuatan desain label kemasan produk yang mencakup nama produk, logo, informasi produk, dan elemen visual pendukung lainnya. Peserta dilatih untuk mempertimbangkan aspek keterbacaan, daya tarik visual, dan kesesuaian dengan karakteristik produk abon ikan dalam setiap desain yang mereka buat. Sesi praktik juga mencakup pembuatan media promosi digital seperti poster untuk media sosial, brosur digital, dan desain untuk spanduk atau banner yang dapat digunakan dalam pameran atau bazar produk lokal.

2.4.3 Tahap Pendampingan

Tahap ketiga dan terakhir adalah pendampingan intensif yang bertujuan untuk memastikan peserta dapat mengaplikasikan keterampilan desain grafis secara mandiri dalam aktivitas pemasaran produk mereka sehari-hari. Pendampingan dilakukan setelah peserta melakukan tahap praktik. Setiap peserta diberikan kebebasan untuk membuat desain poster yang menarik serta berkesempatan untuk berkonsultasi tentang desain yang sedang mereka kerjakan, mendapatkan feedback untuk perbaikan desain, serta memperoleh solusi atas kendala teknis yang mungkin mereka hadapi dalam menggunakan aplikasi desain.

Selama periode pendampingan, peserta juga didorong untuk terus berlatih dan bereksperimen dengan berbagai variasi desain, serta mulai mengimplementasikan materi promosi yang telah mereka buat dalam kegiatan pemasaran aktual. Tim pendamping melakukan evaluasi berkala terhadap progress masing-masing peserta dan memberikan dukungan tambahan bagi peserta yang mengalami kesulitan. Pada akhir periode pendampingan, dilakukan evaluasi komprehensif untuk mengukur tingkat kemandirian peserta dalam menggunakan keterampilan desain grafis serta dampak yang telah dirasakan terhadap aktivitas pemasaran produk abon ikan.

2.5. Metode Evaluasi

Evaluasi keberhasilan program dilakukan melalui tiga tahapan penilaian yang komprehensif, yaitu pre-test untuk mengukur tingkat pengetahuan awal peserta tentang desain grafis dan branding, post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan setelah pelatihan, serta evaluasi praktik untuk menilai keterampilan aplikatif peserta dalam menggunakan aplikasi desain grafis [10]. Pre-test dan post-test menggunakan instrumen wawancara terstruktur yang mencakup pertanyaan tentang konsep dasar desain, prinsip branding, dan pengetahuan aplikasi desain grafis. Evaluasi praktik dilakukan melalui observasi dan penilaian portofolio hasil karya peserta yang mencakup desain logo, kemasan, dan media promosi yang telah mereka buat selama pelatihan. Kriteria penilaian meliputi aspek teknis penggunaan aplikasi, kreativitas desain, kesesuaian dengan prinsip desain yang telah dipelajari, serta relevansi dengan kebutuhan pemasaran produk abon ikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan kegiatan

Program pelatihan desain grafis dan branding untuk UMKM abon ikan diikuti oleh 25 peserta yang terdiri dari pemilik usaha kecil dan Masyarakat dusun nasnas, Gunungkidul. Peserta memiliki latar belakang pendidikan yang beragam dengan rentang usia 25-55 tahun. Kegiatan dimulai dengan sesi pembukaan dari Kepala Dusun Nanas yang memberikan sambutan dan motivasi kepada peserta.

Selanjutnya adalah tahap pemberian materi teoritis yang dirancang untuk memberikan pemahaman dasar kepada peserta tentang konsep desain grafis dan aplikasinya dalam pemasaran produk. Sesi ini diawali dengan menggali pengetahuan dasar peserta terkait pemasaran dan desain melalui sesi tanya jawab interaktif. Penyampaian materi dilakukan melalui metode ceramah interaktif menggunakan presentasi visual yang menarik, dilengkapi dengan contoh-contoh nyata desain kemasan produk makanan yang sukses di pasaran. Setiap sesi materi dibatasi maksimal 30 menit untuk menjaga konsentrasi peserta dan diselingi dengan sesi tanya jawab.

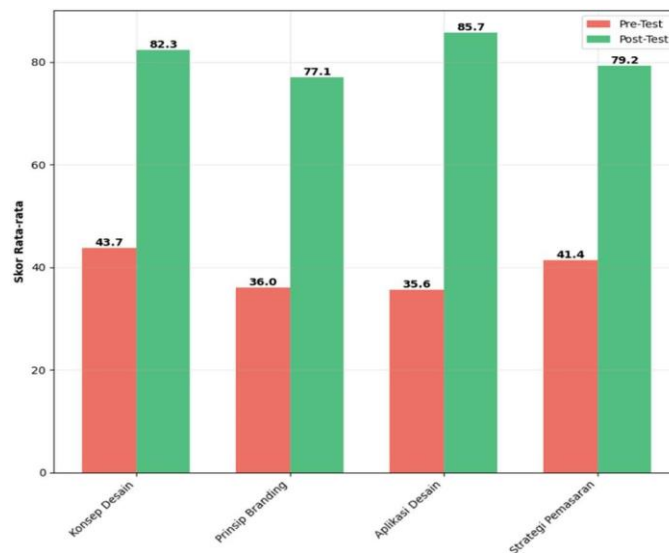
Materi yang disampaikan pada tahap ini meliputi:

- Konsep Dasar Desain Visual: mencakup prinsip-prinsip desain yang efektif, teori warna, tipografi dasar, dan komposisi visual
- Pengenalan Aplikasi Canva : pemahaman tentang fitur-fitur dasar, cara navigasi interface, dan fungsi-fungsi utama yang akan digunakan dalam proses desain
- Prinsip-prinsip Desain yang Baik dan Efektif : fokus pada desain kemasan yang menarik namun tetap informatif dengan mempertimbangkan aspek keterbacaan dan daya tarik visual
- Pentingnya Branding dan Identitas Visual dalam Bisnis : kaitannya dengan strategi pemasaran dan diferensiasi produk di pasar
- Peran Desain Grafis dalam Strategi Pemasaran Modern : termasuk pemanfaatan media digital dan platform online

Setiap materi langsung dikaitkan dengan konteks produk abon ikan yang diproduksi peserta, sehingga mereka dapat memahami relevansi dan aplikasi praktis dari setiap konsep yang dipelajari. Pendekatan ini memastikan bahwa pembelajaran tidak hanya bersifat teoretis tetapi juga dapat diimplementasikan langsung dalam aktivitas bisnis mereka.

3.2 Evaluasi kegiatan

Pada Gambar 1 perbandingan pre-test dan post-test yang disajikan, terlihat adanya peningkatan pada seluruh aspek evaluasi program pelatihan desain grafis dan branding untuk UMKM abon ikan dusun nanas. Pada aspek konsep desain, skor rata-rata peserta mengalami lonjakan dari 43,7 poin pada pre-test menjadi 82,3 poin pada post-test, yang menunjukkan peningkatan sebesar 38,6 poin atau setara dengan 88,3%. Pencapaian ini mengindikasikan bahwa peserta berhasil memahami prinsip-prinsip dasar desain visual dengan baik setelah mengikuti sesi materi teoritis yang disampaikan melalui metode ceramah interaktif dengan presentasi visual yang menarik.



Gambar 1. Hasil Pretest dan Postest

Gambar 1 menunjukkan perbandingan skor rata-rata antara hasil Pre-Test dan Post-Test pada empat materi pelatihan, yaitu Konsep Desain, Prinsip Branding, Aplikasi Desain, dan Strategi Pemasaran. Secara umum terlihat bahwa seluruh materi mengalami peningkatan skor yang sangat signifikan setelah peserta mengikuti pembelajaran. Hal serupa juga terlihat pada aspek lain, dimana seluruh aspek evaluasi yang sebelumnya berada dalam kategori "kurang" (skor <55) berhasil ditingkatkan hingga mencapai kategori "baik" (70-84) bahkan "sangat baik" (85-100). Konsistensi peningkatan di semua aspek dengan rata-rata kenaikan mencapai 108,6% membuktikan efektivitas metode pelaksanaan program yang menggabungkan pemberian materi teoritis, praktik langsung, dan pendampingan intensif. Hasil ini juga memvalidasi penggunaan metode wawancara sebagai instrumen evaluasi yang mampu mengukur tidak hanya pengetahuan faktual, tetapi juga pemahaman mendalam dan kemampuan aplikasi peserta dalam konteks bisnis nyata mereka.

3.3 Dokumentasi kegiatan

Adapun dokumentasi dari kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Dokumentasi Pemaparan Materi Desain

Gambar 2 merupakan proses pemaparan materi oleh pemateri yang menjelaskan tentang teknik dan rahasia dalam membuat poster yang menarik. Pada sesi ini, pemateri memberikan penjelasan secara langsung menggunakan media proyektor sehingga peserta dapat memahami materi dengan lebih visual dan interaktif.



Gambar 3. Dokumentasi Pemaparan Materi Pemasaran dan Branding

Gambar 3 merupakan proses pemaparan materi mengenai pemasaran dan branding yang dilakukan setelah penyampaian materi desain. Pada sesi ini, dilakukan pula tanya jawab antara warga dan pemateri.

4. KESIMPULAN

Dalam menjalankan upaya peningkatan promosi UMKM di Dusun Nanas, Gunung Kidul, pelatihan pembuatan desain poster promosi menggunakan aplikasi Canva telah membawa dampak yang signifikan bagi 25 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM abon ikan dan Masyarakat dusun nanas. Melalui kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi dalam bentuk aplikasi desain grafis seperti Canva mampu memberikan solusi yang praktis dan efektif bagi pelaku UMKM dalam mengatasi tantangan promosi yang selama ini mereka hadapi.

Program pelatihan yang dirancang dengan tiga tahap pelaksanaan meliputi pemberian materi teoritis, praktik langsung, dan pendampingan intensif telah berhasil mentransformasi pengetahuan peserta dari kategori "kurang" menjadi "baik" hingga "sangat baik". Dengan bimbingan narasumber dan instruktur yang kompeten, peserta mampu mengaplikasikan prinsip-prinsip layout yang cerdas, seperti penonjolan teks dan gambar, penggunaan tema yang jelas, serta pemilihan kata-kata yang singkat namun padat dan bermakna. Metode evaluasi wawancara yang digunakan dalam pre-test, post-test, evaluasi praktik dengan wawancara reflektif, evaluation terbukti mampu mengukur tidak hanya aspek pengetahuan faktual, tetapi juga pemahaman mendalam dan kemampuan aplikasi praktis peserta.

REFERENSI

- [1] K. G. Kidul, "Lingkungan Hidup Daerah Tahun 2020," 2021.
- [2] Nurul Chaeriah, Nur Hilal, and Fadila Almahdali, "Peran UMKM Abon Ikan Roa dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Desa di Desa Limboro," *Akunt. dan Ekon. Pajak Perspekt. Glob.*, vol. 1, no. 2, pp. 122–128, 2024, doi: 10.61132/aepgg.v1i2.438.
- [3] A. B. Pertiwi, M. Rinaldi, Budiman, R. Farid, and M. F. Benyamin, "Peningkatan Promosi UMKM Desa KaryawangiKecamatan Parongpong Bandung Barat Melalui PelatihanDesain Poster 'Canva,'" *J. Pengabdi. Kpd. Masy. Nusantara.*, vol. 4, no. 3, pp. 2548–2557, 2023.
- [4] R. H. Rudiansyah, A. A. Nasrullah, and I. H. Antika, "Mendongkrak Kreatifitas dan Daya Jual Produk UMKM Desa Sonorejo dengan Pelatihan Desain Poster Promosi melalui Aplikasi Canva," *NAJWA J. Pengabdi. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 85–98, 2024, doi: 10.30762/najwa.v2i1.229.
- [5] B. A. B. Ii and T. Pustaka, "BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1," pp. 1–64, 2002.
- [6] K. P. Pariaman and A. R. Aufar, "PELATIHAN PERANCANGAN DESAIN KEMASAN BERBASIS KOMIK LITERASI PADA BUMNAG SAIYO SAKATO , Ahmed et al ., 2014).," vol. 7, no. 4, pp. 509–519, 2024.
- [7] M. I. Fifaldyovan, S. M. Dewi, and R. D. Astuti, "Pelatihan Canva untuk Optimalisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM," *Potensi*, vol. 1, no. 4, pp. 81–87, 2024.
- [8] S. Afifah, "Peningkatan Desain Promosi UMKM melalui Pelatihan Penggunaan Canva untuk Iklan Produk," vol. 5, no. 2, pp. 125–136, 2025.
- [9] K. Malang *et al.*, "Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi , Kecamatan," vol. 2, no. 1, pp. 8–16, 2022.
- [10] K. Wonosalam, "DEVELOPMENT OF PACKAGING AND LABELING FOR MSME PRODUCTS IN GALENGDOWO VILLAGE , WONOSALAM DISTRICT," vol. 4, no. 2, pp. 45–50, 2024.