

Pemberdayaan UMKM Melalui Program Digitalisasi Lokasi dan Pembuatan Banner Menggunakan Media Canva di Desa Sam Sam

Samsul Hidayat^{*1}, Andi Hajar ², Syarif Nur ³, Marlia Rianti ⁴, Agustang ⁵

^{1,2,3}Program Studi Teknologi Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Bone

^{4,5}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Muhammadiyah Bone

e-mail: *1samsulhidayatsep88@gmail.com, 2andihajar.ah@gmail.com, 3nursyarifnur@gmail.com,
4lia_agb06@yahoo.com, 5itsagus13@gmail.com

Article History

Received: 13 November 2025

Revised: 27 November 2025

Accepted: 2 Desember 2025

DOI:<https://doi.org/10.58794/jdt.v6i1.1823>

Kata Kunci – *Banner Promosi, Canva, Digitalisasi Lokasi, UMKM, Pemberdayaan Masyarakat.*

Abstract – This community service activity aims to empower Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sam Sam Village, Kandis District, Siak Regency, Riau Province through a program of location digitalization and promotional banner creation using the Canva application. The main problems faced by MSME actors include limited skills in creating attractive promotional media and the lack of digital technology utilization to expand market reach. The method of implementation consisted of three stages: preparation, implementation, and evaluation. The implementation phase was carried out through training on creating digital business maps using Google Maps and designing promotional banners with Canva through a direct mentoring approach. The results show an increase in participants' skills in designing promotional media, understanding business location digitalization, and improving business visibility on digital platforms. This program also had a positive impact on sales growth and increased awareness among MSME actors of the importance of digital transformation for business development. Thus, this activity proves that empowerment through simple digital technologies can be an effective strategy to strengthen the competitiveness of local MSMEs in the digital era.

Abstrak – Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sam Sam, Kecamatan Kandis, Kabupaten Siak, Provinsi Riau melalui program digitalisasi lokasi dan pembuatan banner promosi menggunakan media Canva. Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM adalah keterbatasan kemampuan dalam membuat media promosi yang menarik serta kurangnya pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Metode kegiatan meliputi

tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan pembuatan peta lokasi digital di Google Maps dan desain banner menggunakan Canva dengan pendekatan pendampingan langsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam mendesain media promosi, memahami digitalisasi lokasi usaha, serta meningkatnya visibilitas usaha di platform digital. Program ini juga berdampak positif terhadap peningkatan penjualan dan kesadaran pelaku terhadap pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha. Dengan demikian, kegiatan ini membuktikan bahwa pemberdayaan berbasis teknologi sederhana dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat daya saing UMKM lokal di era digital.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal dan nasional. UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga menjadi penggerak utama dalam penciptaan lapangan kerja dan pengurangan Tingkat pengangguran[1]. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) juga sangat signifikan. Dalam analisis oleh IJEMA (*International Journal of Economics, Management, and Accounting*), tercatat bahwa UMKM menyumbang sekitar 61% dari PDB nasional, yang menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah memiliki peran besar dalam menentukan kinerja ekonomi makro[2]. Namun, di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan usahanya. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah kurangnya kemampuan dalam membuat media promosi yang menarik serta belum optimalnya digitalisasi lokasi usaha agar mudah ditemukan oleh pelanggan[3]. Melalui penerapan media digital seperti *Canva*, pelaku UMKM dapat membuat desain banner promosi dengan lebih mudah, efisien, dan menarik tanpa membutuhkan keahlian desain profesional. Langkah ini menjadi solusi strategis untuk membantu UMKM beradaptasi dengan era digital serta meningkatkan daya saing usaha di tengah pasar yang semakin kompetitif[4].

Program digitalisasi lokasi dan pembuatan banner menggunakan media *Canva* merupakan bentuk pemberdayaan yang bertujuan meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas UMKM di ranah digital. Dengan mengintegrasikan desain kreatif dan teknologi informasi, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial maupun platform daring lainnya[5]. Selain itu, digitalisasi lokasi usaha membantu konsumen untuk lebih mudah menemukan dan mengunjungi lokasi UMKM melalui peta digital seperti *Google Maps*[6]. Program ini tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi promosi usaha, tetapi juga menjadi sarana edukatif yang mendorong peningkatan literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Dengan demikian, pemberdayaan melalui pelatihan desain banner dan digitalisasi lokasi diharapkan dapat mendorong terciptanya ekosistem bisnis lokal yang lebih modern, mandiri, dan berkelanjutan[7].

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Sam Sam, Kecamatan Kandis, Kabupaten Siak, Provinsi Riau, yang merupakan salah satu wilayah dengan potensi UMKM yang cukup tinggi, namun sebagian besar pelakunya masih belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam kegiatan promosi maupun pengelolaan usaha. Melalui program ini, tim pengabdian melakukan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM dalam hal pembuatan banner digital menggunakan aplikasi *Canva* serta pengenalan fitur digitalisasi lokasi usaha melalui *Google Maps*. Dengan pendekatan pelatihan partisipatif, peserta dapat memahami secara langsung langkah-langkah teknis pembuatan media promosi yang menarik dan efektif untuk meningkatkan eksposur produk lokal di ranah digital[8]. Pengeditan dilakukan secara mandiri supaya para pelaku UMKM lebih paham dan fokus dalam pengeditannya, Namun perlu diketahui bahwa kegiatan ini dilaksanakan dalam skala kecil dengan melibatkan satu pelaku UMKM sebagai peserta utama, mengingat keterbatasan waktu dan sumber daya yang tersedia. Meskipun demikian, kegiatan ini tetap memberikan dampak positif terhadap peningkatan keterampilan digital dan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya promosi berbasis teknologi di era industri 5.0[9]

Selain memberikan pelatihan teknis, program ini juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya transformasi digital dalam mendukung keberlanjutan usaha mikro di era modern. Pemberdayaan berbasis digital tidak hanya berfokus pada keterampilan desain, tetapi juga mendorong pelaku UMKM untuk aktif berinovasi, beradaptasi terhadap perubahan teknologi, dan memperluas jaringan pasar secara daring. Dengan demikian, kegiatan pemberdayaan ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing pelaku UMKM di Desa Sam Sam, sekaligus mendukung terwujudnya masyarakat mandiri yang kreatif dan berorientasi pada kemajuan teknologi digital[8].

Melalui kegiatan ini, diharapkan terbentuk ekosistem bisnis digital yang adaptif dan berkelanjutan di Desa Sam Sam. Pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan media digital tidak hanya akan meningkatkan pendapatan, tetapi juga memperkuat identitas produk lokal di tengah arus globalisasi. Dengan dukungan teknologi sederhana namun efektif seperti *Canva* dan *Google Maps*, kegiatan pemberdayaan ini menjadi salah satu langkah nyata menuju penguatan ekonomi digital di tingkat desa yang berdampak langsung pada kesejahteraan masyarakat setempat[6].

2. METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini terbagi dalam tiga tahapan, yaitu :

1. Tahap Persiapan

Sebelum kegiatan pengabdian dimulai, dilakukan survei atau kunjungan ke beberapa pelaku UMKM di Desa Sam Sam, Kecamatan Kandis Provinsi Riau, untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi, terutama terkait dengan promosi digital dan desain media promosi yang terbatas. Untuk menemukan solusi yang tepat untuk masalah tersebut, hasil survei digunakan dalam *Focus Group Discussion* (FGD) bersama tim pengabdian. Perencanaan termasuk berkolaborasi dengan UMKM setempat dan menyiapkan perangkat pendukung kegiatan. Proses ini dimulai pada 18 Agustus 2025.

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan utama yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah adalah tahap pelaksanaan. Dimulai dengan pembuatan peta lokasi untuk UMKM di Pondok 1 Desa Sam Sam. Kegiatan kedua, yaitu pengeditan banner dengan menggunakan media *Canva*. Sesi pendampingan langsung dan umpan balik adalah kegiatan ketiga. Proses ini dilakukan secara langsung di lokasi UMKM antara tanggal 20 Agustus dan 01 September 2025.

3. Tahap Evaluasi

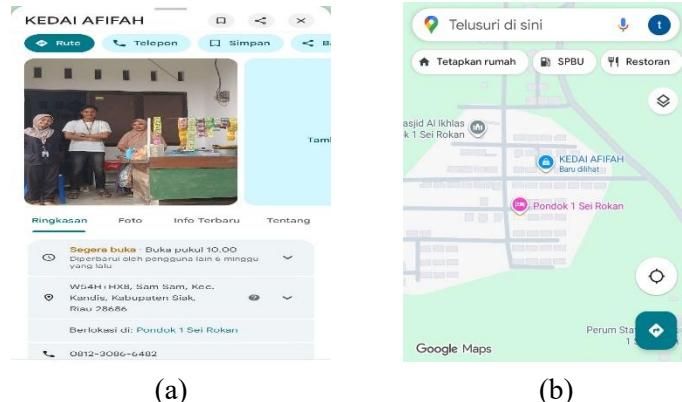
Evaluasi dilakukan untuk mengetahui dampak yang terjadi setelah pembuatan peta Lokasi menggunakan *google maps* dan pembuatan banner untuk UMKM melalui media *canva*, pengukuran dilakukan dengan mengisi kuesioner melalui *google form* berupa pre-test yang dilakukan sebelum pekerjaan kegiatan berlangsung serta melakukan post-test setelah pelaksanaan kegiatan sudah dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku UMKM yang menjadi fokus penelitian ini adalah seorang wirausahawan individu di Desa Sam Sam, Kecamatan Kandis, Kabupaten Siak, Provinsi Riau, yang bergerak di bidang kuliner. Usaha yang dijalankan berupa penjual minuman seperti *Pop Ice* dan *Es Cekek*, serta aneka gorengan seperti *Siomay*, *Cireng*, *Sosis Goreng*, dan *Ayam Krispi*. Aktivitas yang di lakukan oleh penjual di pagi hari mesebum menjual yaitu menyiapkan bahan baku, produksi, penataan tempat berjualan, serta pelayanan kepada pelanggan secara langsung. Sebelum adanya program digitalisasi, pemasaran dilakukan secara tradisional melalui promosi mulut ke mulut, media sosial pribadi, dan penempatan lokasi berjualan di area strategis dekat keramaian lokal. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa meskipun omzet cenderung stabil, pelaku menghadapi kendala dalam menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan visibilitas usaha secara lebih luas[10]. Aktivitas ini juga masih bergantung pada waktu dan tenaga pribadi, sehingga kapasitas produksi dan promosi terbatas. Dengan latar belakang tersebut, implementasi program digitalisasi lokasi dan pembuatan banner menggunakan *Canva* menjadi strategi penting untuk meningkatkan efisiensi usaha, memperluas jangkauan pemasaran, dan mempermudah pengelolaan promosi secara visual dan profesional[11].

Digitalisasi lokasi UMKM dilakukan dengan membuat peta digital dan mendaftarkan usaha pada platform berbasis peta yang banyak digunakan oleh masyarakat di Provinsi Riau, khususnya Kabupaten Siak. Proses ini meliputi pendataan alamat lengkap, koordinat geografis, jam operasional, dan informasi produk yang dijual. Langkah digitalisasi ini memungkinkan pelanggan potensial untuk menemukan UMKM dengan lebih mudah melalui perangkat seluler, serta meningkatkan kemungkinan interaksi dan transaksi. Hasil implementasi menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengunjung yang datang berdasarkan pencarian digital, terutama dari pengguna baru yang sebelumnya tidak mengetahui lokasi UMKM. Selain itu, pelaku UMKM dapat memantau kunjungan secara real-time, menyesuaikan stok bahan baku, dan merencanakan produksi lebih efisien sesuai permintaan. Digitalisasi ini juga mempermudah integrasi usaha dengan layanan pesan antar, sehingga memperluas jaringan distribusi tanpa harus menambah tenaga kerja. Secara keseluruhan, langkah ini menunjukkan bahwa digitalisasi lokasi mampu memberikan

kontribusi nyata terhadap peningkatan visibilitas usaha, sekaligus menjadi dasar bagi strategi promosi digital lebih lanjut. Berdasarkan hasil observasi, pelanggan lebih cepat mengenali keberadaan usaha ketika telah tampil dihasil pencarian peta digital. Tampilan lokasi digital UMKM dapat dilihat pada gambar berikut (Gambar 1).



Gambar 1. (a) Biodata Kedai Afifah di *Google Maps*; (b) Titik Lokasi UMKM Kedai Afifah

Selanjutnya pembuatan banner promosi menggunakan *Canva* yakni dilakukan untuk memaksimalkan daya tarik kepada masyarakat dan juga untuk mengetahui jenis jajanan apa yang penjual tawarkan. Pelaku UMKM juga dilatih untuk membuat desain banner yang menampilkan menu populernya seperti *Pop Ice*, Es Cekek, dan aneka gorengan khas, dengan pemilihan warna dan tipografi yang menarik perhatian. *Canva* dipilih karena kemudahan penggunaannya, tersedianya template yang banyak jenisnya, dan kemampuan untuk menyesuaikan desain sesuai identitas UMKM. Banner ini digunakan baik secara digital melalui media sosial maupun dicetak untuk ditempatkan di lokasi strategis yaitu digerobak. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan interaksi di media sosial, lebih banyak pelanggan baru tertarik mencoba produk, serta pelanggan tetap merasa lebih mudah mengenali usaha. Pembuatan banner juga meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memahami pentingnya citra visual dalam strategi pemasaran, sehingga menciptakan nilai tambah yang sebelumnya kurang diperhatikan dalam pemasaran tradisional. Berikut tampilan banner promosi yang telah dibuat menggunakan *Canva* (Gambar 2).



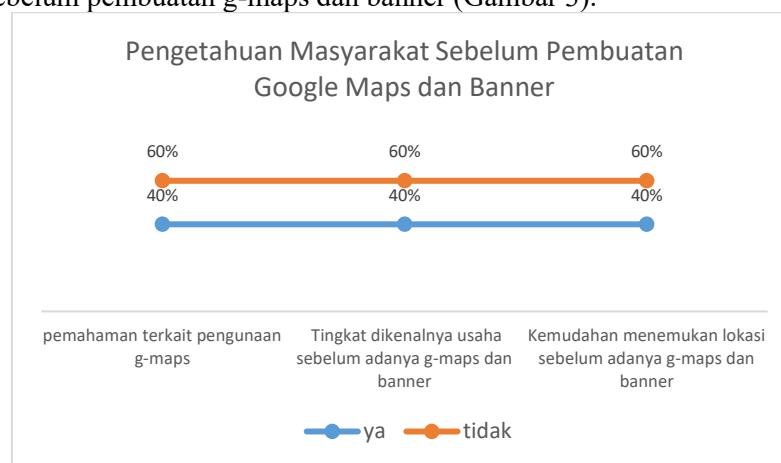
Gambar 2. (a) sosialisasi terkait cara pembuatan banner di canva; (b) hasil dan pemasangan banner UMKM

Digitalisasi lokasi dan banner promosi memberikan dampak positif terhadap penjualan UMKM. Data penjualan selama periode implementasi menunjukkan adanya peningkatan transaksi harian dibandingkan periode sebelum digitalisasi. Pelanggan baru yang menemukan lokasi UMKM melalui peta digital dan media sosial lebih banyak mencoba produk, sedangkan pelanggan tetap merasa lebih mudah mengakses informasi terbaru tentang menu tanpa harus menanyakan kepada penjual tersebut. Selain itu, digitalisasi mempermudah pelaku UMKM untuk memonitor tren produk yang paling diminati, sehingga produksi dapat disesuaikan dengan permintaan nyata, meminimalkan pemborosan bahan baku, dan meningkatkan efisiensi operasional. Dampak positif ini juga memunculkan rasa percaya diri yang lebih tinggi pada pelaku UMKM untuk terus mengembangkan usaha dan berinovasi dalam strategi pemasaran digital.

Berdasarkan hasil implementasi, pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi lokasi dan pembuatan banner promosi menggunakan *Canva* terbukti efektif meningkatkan visibilitas, penjualan, dan efisiensi operasional.

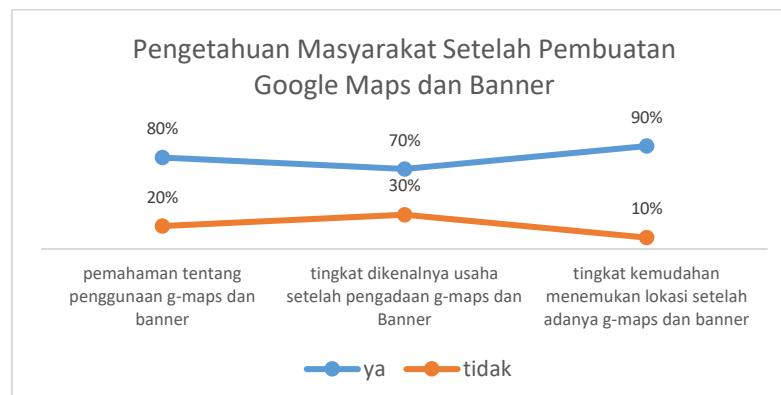
Digitalisasi lokasi memudahkan pelanggan menemukan UMKM, sedangkan banner promosi meningkatkan daya tarik visual dan kesadaran merek. Meski terdapat kendala terkait literasi digital dan keterbatasan infrastruktur, strategi pendampingan yang tepat mampu mengurangi hambatan tersebut. Program ini menunjukkan bahwa digitalisasi dan desain visual merupakan alat pemberdayaan yang relevan bagi UMKM skala kecil, membuka peluang pengembangan usaha, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan mendorong inovasi berkelanjutan. Dengan penerapan yang konsisten, pendekatan ini dapat menjadi model bagi UMKM lain di wilayah serupa untuk memanfaatkan teknologi digital demi pertumbuhan usaha yang lebih optimal.

Untuk melihat Tingkat keberhasilan pengabdian kepada Masyarakat dilakukan evaluasi berupa pengisian kuesioner dengan cara melakukan *pre-test* sebelum pengabdian dilaksanakan dan *post-test* setelah pengabdian dilaksanakan yang dibagikan melalui *google form*. Evaluasi ini bertujuan untuk melihat Tingkat pengetahuan Masyarakat terkait sebelum dan sesudah pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan. Menariknya setelah dilakukan *pre-test* data yang diperoleh yaitu sebanyak 60% Masyarakat belum mengetahui terkait pemanfaatan digital seperti g-maps dan banner sementara itu sebanyak 40% Masyarakat sudah mengetahui terkait pemanfaatan media digital tersebut. Oleh karena itu pemanfaatan media digital seperti g-maps dan pembuatan banner ini penting untuk dilaksanakan karena masih banyak masyarakat belum memahami terkait pemanfaatan dan kegunaannya. Berikut hasil pengisian kuesioner sebelum pembuatan g-maps dan banner (Gambar 3).

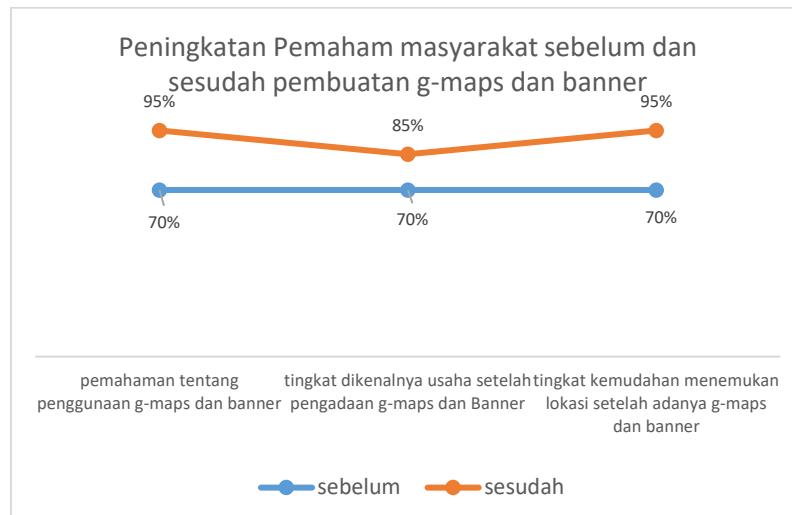


Gambar 3. Presentase Hasil Pengisian Kuesioner Sebelum Pembuatan G-maps dan Banner

Berdasarkan hasil *post-test* yang telah dibagikan, berupa pengisian kuesioner yang dimana menunjukkan peningkatan presentase setelah pembuatan g-maps dan banner sebanyak 80% Masyarakat sudah mengetahui terkait keberadaan UMKM dan sebanyak 20% Masyarakat yang belum mengetahuinya. Jadi dapat dilihat perbedaannya sebelum dan sesudah pembuatan g-maps dan banner (Gambar 4). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengabdian ini perlu dilakukan sebagai bentuk kemudahan akses Masyarakat sekitar untuk menemukan Lokasi tersebut.



Gambar 4. Presentase Hasil Pengisian Kuesioner Setelah Pembuatan G-maps dan Banner



Gambar 5. Presentase Peningkatan pemahaman Sebelum dan Sesudah Pengabdian

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa program digitalisasi lokasi dan pembuatan banner menggunakan Canva berperan penting dalam pemberdayaan UMKM skala kecil. Implementasi teknologi sederhana seperti penandaan lokasi di Google Maps dan desain banner digital mampu meningkatkan visibilitas usaha, menarik pelanggan baru, serta memperkuat identitas merek. Pelaku UMKM di Desa Sam Sam mampu mengadaptasi perubahan dengan cepat setelah mendapatkan pendampingan, yang menunjukkan bahwa kesiapan digital dapat ditumbuhkan melalui pelatihan praktis. Meskipun terdapat kendala teknis seperti koneksi internet dan keterbatasan kemampuan awal, manfaat jangka panjang dari program ini terbukti jauh lebih besar dibanding hambatannya.

Kegiatan ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan secara berkelanjutan. Seperti pendampingan pengelolaan konten media sosial, strategi pemasaran daring, serta peningkatan kualitas visual produk. Model pendampingan yang diterapkan pada kegiatan ini juga memungkinkan untuk diduplikasi di wilayah lain yang memiliki kondisi dan tantangan serupa. Dengan pendekatan pelatihan yang mudah dipahami, personal, dan sesuai kebutuhan pelaku UMKM, program ini berpotensi memberikan dampak yang lebih luas terhadap peningkatan daya saing UMKM di berbagai daerah, khususnya di wilayah pedesaan.

Dengan demikian, pemberdayaan berbasis digital menjadi salah satu solusi efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di era modern. Keberhasilan satu pelaku UMKM ini menjadi contoh nyata bahwa integrasi teknologi dan kreativitas mampu membawa dampak positif terhadap ekonomi lokal serta membuka peluang kolaborasi yang lebih luas di masa mendatang.

5. SARAN

Saran pada kegiatan berikutnya, diharapkan Masyarakat dapat turut aktif dalam pemanfaatan teknologi bukan hanya *Google maps* dan canvaj namun lebih dari itu seperti memasarkan produk di marketplace atau dimedia sosial lainnya supaya produk yang ditawarkan oleh pelaku UMKM bisa menjadi daya saing tersendiri di media digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pihak Pelaksana KKN Muhammadiyah ‘aisiyah yang telah memberikan bantuan pendanaan terhadap pengabdian ini. Terimakasih kepada Universitas Muhammadiyah Bone dan Universitas Muhammadiyah Riau yang telah mendukung kegiatan ini berjalan dengan apa yang diinginkan. Terimakasih kepada pihak Desa Sam Sam Kecamatan Kandis Kabupaten Siak dan pihak pihak lain yang membantu berjalannya kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. H. Aushafina and I. Wikartika, “Pendampingan Digitalisasi Marketing Desa Kebondalem melalui Aplikasi Google Maps: Upaya Meningkatkan Pengembangan UMKM,” *J. Pengabdi. Nas. Indones.*, vol. 4, no. 3, pp. 477–483, 2023, doi: 10.35870/jpni.v4i3.366.
- [2] A. D. Septiani, R. E. Wahyuni, M. Nurhafitayah, P. Kurniawati, and E. Sapriani, “Peran dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Era Digital di Indonesia,” *Indones. J. Econ., Manag., Account.*, vol. 1, no. 10, pp. 1107–1118, 2024.
- [3] F. R. A. Bukit, G. G. A.S, I. Irvan, and F. Fahmi, “Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner,” *JPPM (Jurnal Pengabdi. dan Pemberdaya. Masyarakat)*, vol. 3, no. 2, p. 229, 2019, doi: 10.30595/jppm.v3i2.4317.
- [4] A. U. Syukri and A. N. Sunrawali, “Volume 19 Issue 1 (2022) Pages 170-182 KINERJA : Jurnal Ekonomi dan Manajemen ISSN : 1907-3011 (Print) 2528-1127 (Online) Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro , kecil , dan menengah Digital marketing in the development of micro , small ,” vol. 19, no. 1, pp. 170–182, 2022, doi: 10.29264/jkin.v19i1.10207.
- [5] N. Yani, S. Harini, H. Saputra, A. Hodailma, and K. F. Ningsih, “Optimalisasi Digital Marketing Pada Umkm Peci Assagofah Di Desa Banjarwangi Kabupaten Bogor,” *J. Pengabdi. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 1, pp. 30–35, 2023, doi: 10.55606/jpmi.v2i1.1065.

- [6] R. R. Harahap and Hidayatullah, "Sistem Informasi Google Maps," *J. Sci. Soc. Res.*, vol. 4307, no. February, pp. 36–41, 2018, [Online]. Available: <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>
- [7] D. Syarif, Helfenta, D. Hidayat, and E. Yunita, "Inovasi & Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiridi Desa Tebing Tinggi Tapan," *RANGGUK J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–7, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/RGK/article/view/3533%0Ahttps://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/RGK/article/download/3533/1133>
- [8] M. Sibawahi, A. R. Suradi, F. Ramli, and ..., "Digitalisasi UMKM: Pendampingan Pembuatan Gogle Maps Dan Pemasangan Banner Dalam Meningkatkan Pemasaran Lokal di Desa Gantiwarno," *Jdistira J. Pengabdi. Inov. Dan Teknol. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 1, 2025, [Online]. Available: <https://www.rumahjurnal.or.id/index.php/JUDISTIRA/article/view/1343%0Ahttps://www.rumahjurnal.or.id/index.php/JUDISTIRA/article/download/1343/737>
- [9] D. R. Juwita and A. N. Handayani, "Peluang dan Tantangan Digitalisasi UMKM Terhadap Pelaku Ekonomi di Era Society 5 . 0," *J. Inov. Tek. dan Edukasi Teknol.*, vol. 2, no. 5, pp. 249–255, 2022, doi: 10.17977/um068v2i52022p249-255.
- [10] M. Z. Muttaqin *et al.*, "Pelatihan Digital Marketing untuk UMKM melalui Konten Promosi Menggunakan Canva di Pekanbaru," *J. Pengabdi. Masy. Manag.*, vol. 6, no. 1, pp. 137–150, 2025.
- [11] S. Billa, Z. Zettira, N. A. Febrianti, and Z. A. Anggraini, "Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah," *Abdimas Prakasa Dakara*, pp. 99–105, 2022.