

Pemberdayaan Masyarakat Desa Padang Luas melalui Pelatihan Desain Promosi Digital Berbasis Canva dan AI untuk Produk Pupuk Organik dan Biopot

Rohatul Qolby¹, Nurul Qolbi El Azizah², Siti Dinar Rezki Ramadhani³, Riri Nasirly⁴, Widya Laila⁵, Fadli Arsi⁶, Tengku Indira Larasati⁷, Winda Herman⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Program Studi Teknik Industri, Institut Teknologi Perkebunan Pelalawan
Indonesia, Indonesia

Received : 1 Juli 2026, Revised : 12 Juli 2026, Published : 18 Juli 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Nurul Qolbi El Azizah

E-mail: nurulqolbi@itp2i-yap.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital menuntut masyarakat untuk memiliki keterampilan dalam memanfaatkan media promosi berbasis teknologi. Namun, masih banyak masyarakat desa yang memiliki keterbatasan dalam penggunaan aplikasi desain digital dan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk mendukung kegiatan promosi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat Desa Padang Luas dalam membuat desain promosi digital melalui pelatihan penggunaan Canva dan AI. Metode pelaksanaan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi pelatihan, pelaksanaan workshop, sesi praktik terbimbing, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test. Kegiatan ini melibatkan 21 peserta yang terdiri dari ibu rumah tangga dan aparat desa. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap penggunaan Canva dan AI dalam pembuatan desain promosi digital. Sebanyak 91% peserta telah memahami penggunaan aplikasi tersebut setelah pelatihan berlangsung. Pelatihan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi digital, kreativitas, dan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten promosi yang lebih menarik dan efektif. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat mendukung peningkatan kapasitas masyarakat dalam menghadapi transformasi digital.

Kata kunci - pemberdayaan masyarakat, canva, artificial intelligence, desain promosi digital, pupuk organik dan biopot

Abstract

The rapid development of digital technology requires communities to have the skills to utilize technology-based promotional media effectively. However, many rural communities still face limitations in using digital design applications and Artificial Intelligence (AI) to support promotional activities. This community service program aimed to improve the capabilities of the Padang Luas Village community in creating digital promotional designs through training on Canva and AI. The implementation method consisted of several stages, including partner needs identification, training material preparation, workshop implementation, guided practice sessions, and evaluation through pre-test and post-test. This activity involved 21 participants consisting of housewives and village officials. The results showed a significant improvement in participants' understanding of Canva and AI utilization in digital promotional design. A total of 91% of participants demonstrated a good understanding of these applications after the training. The program had a positive impact on enhancing digital literacy, creativity, and participants' ability to produce more attractive and effective promotional content. Therefore, this activity is expected to support community capacity building in adapting to digital transformation.

Keywords - community empowerment, canva, artificial intelligence, digital promotional design, organic fertilizer and biopot

How To Cite : Qolby, R., El Azizah, N. Q., Ramadhani, S. D. R., Nasirly, R., Laila, W., Arsi, F., Larasati, T. I., & Herman, W. (2026). *Pemberdayaan Masyarakat Desa Padang Luas melalui Pelatihan Desain Promosi Digital Berbasis Canva dan AI untuk Produk Pupuk Organik dan Biopot*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(4), 5994 - 6000. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i4.1547>

Copyright ©2026 Rohatul Qolby, Nurul Qolbi El Azizah, Siti Dinar Rezki Ramadhani, Riri Nasirly, Widya Laila, Fadli Arsi, Tengku Indira Larasati, Winda Herman

PENDAHULUAN

Kabupaten Pelalawan merupakan salah satu wilayah penghasil kelapa sawit terbesar di Riau dengan luas areal perkebunan yang signifikan (Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan, 2023). Aktivitas agribisnis ini menghasilkan limbah organik dalam volume besar, terutama janjangan kosong kelapa sawit (Jangkos) yang potensi nasionalnya mencapai 6 juta ton per tahun (Fitri Handayani dkk., 2024). Limbah ini berpotensi diolah menjadi produk bernilai tambah seperti pupuk organik dan media tanam biopot. Namun, masyarakat desa yang tinggal di sekitar kawasan perkebunan, seperti warga Desa Padang Luas, sering kali belum memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengkomunikasikan nilai ekonomi dari potensi lokal ini.

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah menciptakan perubahan yang mendasar pada sektor ekonomi di seluruh dunia, termasuk dalam pola produksi, pemasaran, dan transaksi bisnis (Siregar dkk., 2026). Digitalisasi telah mengakibatkan perubahan yang signifikan terhadap kehidupan manusia, terutama dalam aspek komunikasi, pembelajaran, interaksi sosial, serta dunia kerja. Oleh karena itu, literasi digital menjadi kompetensi yang sangat diperlukan sebagai media pembelajaran yang efektif dalam menghadapi tantangan globalisasi (Badolo dkk., 2024). Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengoperasikan perangkat elektronik atau memanfaatkan internet, tetapi juga mencakup pemahaman yang komprehensif mengenai cara kerja teknologi serta dampaknya terhadap berbagai aspek kehidupan (Rahmatillah, 2025). Desain grafis yang baik dapat meningkatkan daya tarik, kredibilitas, dan diferensiasi suatu produk di mata konsumen (Endra dkk., 2024). Namun, masyarakat pedesaan seperti kelompok ibu-ibu dan pemuda sering menghadapi hambatan dalam menguasai alat-alat pemasaran digital modern. Kesenjangan ini terlihat dari kebutuhan mereka akan peningkatan kapasitas untuk memanfaatkan platform digital guna menunjang kegiatan produktif (Valentina dkk., 2024).

Pada era digital, kegiatan promosi UMKM perlu memanfaatkan teknologi informasi sebagai strategi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui pembuatan konten video yang menarik, pemanfaatan platform e-commerce, serta penggunaan iklan digital sebagai media pemasaran. Meskipun demikian, implementasi promosi digital masih menghadapi berbagai kendala, salah satunya adalah rendahnya tingkat literasi digital yang dimiliki oleh sebagian pelaku UMKM, sehingga pemanfaatan teknologi dalam kegiatan pemasaran belum dapat dilakukan secara optimal (Putri dkk., 2024). Kurangnya literasi digital, keterbatasan akses pelatihan, serta minimnya motivasi dan kreativitas dalam membuat konten menjadi tantangan utama yang perlu diatasi (Endra dkk., 2024). Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan teknologi digital, tetapi juga meliputi keterampilan mengelola informasi secara efektif melalui berbagai aplikasi perangkat lunak serta penerapan teknik pencarian informasi, seperti operator Boolean dan simbol pemenggalan, pada basis data dan mesin pencari (Alfonzo & Batson, 2014). Oleh karena itu, pendekatan pelatihan yang efektif untuk komunitas pemula harus dirancang secara praktis dan bertahap agar teknologi dapat diadopsi dengan lebih mudah (Patty & Lekatompessy, 2024).

Untuk menjawab tantangan tersebut, teknologi yang user-friendly dan terbukti efektif dapat menjadi solusi. Platform desain grafis Canva dikenal mudah dan praktis digunakan, menyediakan berbagai template yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan, sehingga memungkinkan siapa pun membuat materi promosi visual yang profesional (Endra dkk., 2024). Penggunaan Canva memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menciptakan materi promosi yang lebih kreatif dan berkualitas melalui berbagai fitur desain yang tersedia (Ratih dkk., 2023). Canva merupakan platform desain grafis dan komunikasi visual berbasis daring yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam membuat berbagai jenis desain secara praktis serta membagikannya melalui berbagai media digital (Surur dkk., 2024).

Secara empiris, pelatihan Canva telah menunjukkan keberhasilan dengan meningkatkan pengetahuan peserta hingga 78.5% (Endra dkk., 2024). Pelatihan Canva terbukti mampu meningkatkan kreativitas pelaku UMKM dalam menghasilkan berbagai desain visual, seperti logo, kemasan produk,

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

materi promosi, serta identitas visual yang lebih menarik dan memiliki ciri khas (Fifaldyovan dkk., 2024). Melalui pelatihan Canva, pelaku UMKM mengalami peningkatan keterampilan dalam merancang materi promosi yang menarik serta menguasai penggunaan aplikasi Canva sebagai media pendukung pemasaran produk (Solihah & Zakiah, 2022). Penerapan teknologi digital memberikan berbagai manfaat bagi UMKM, antara lain meningkatkan penjualan, memperbaiki efisiensi operasional, menekan biaya pemasaran, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat loyalitas pelanggan melalui pelayanan dan komunikasi yang lebih efektif (Dihni, 2022).

Di sisi lain, teknologi Kecerdasan Buatan (AI) telah membuktikan perannya dalam meningkatkan literasi digital dan kapasitas praktis masyarakat, dengan pelatihan yang terstruktur mampu meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan (Simamora & Hasugian, 2025). Integrasi AI dalam proses kreatif dapat mendukung peningkatan kompetensi serta memperkenalkan cara kerja baru yang lebih efisien (Fachruddin Perdana B, 2024; RN, 2024). Namun, rendahnya kesiapan dan keterampilan digital pelaku UMKM masih menjadi kendala dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan peluang pasar (Suwarni dkk., 2018). Keberhasilan pengembangan kapasitas masyarakat sangat bergantung pada pendekatan yang digunakan. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pembelajaran orang dewasa yang efektif, di mana keterlibatan langsung dan solusi kontekstual menjadi kunci transfer pengetahuan (IC, 2025).

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dirancang secara sistematis melalui beberapa tahapan. Setiap tahapan dilaksanakan secara partisipatif dengan melibatkan mitra secara aktif sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lapangan. Alur kegiatan disajikan dalam bentuk flowchart pada Gambar 1.



Gambar 1. Flowchart Penelitian

Bentuk pelaksanaan kegiatan pelatihan penggunaan canva dan AI diuraikan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan bertujuan memastikan kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan mitra.

a. Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tim melakukan diskusi awal bersama perangkat desa dan perwakilan peserta untuk mengidentifikasi tingkat literasi digital awal, kebutuhan keterampilan desain, serta potensi lokal yang relevan untuk dijadikan contoh dalam pelatihan.

b. Penyusunan Materi Pelatihan

Berdasarkan hasil identifikasi, tim menyusun materi pelatihan yang mencakup pengenalan Canva, pemanfaatan fitur AI sebagai asisten kreatif, serta prinsip dasar desain promosi digital. Materi disusun secara sederhana dan aplikatif agar mudah dipahami oleh peserta dengan latar belakang non-teknis.

2. Tahap Implementasi

Tahap implementasi merupakan pelaksanaan inti kegiatan berupa pelatihan dan pendampingan.

a. Pelaksanaan Worskhop Canva dan AI

Pelatihan dilaksanakan melalui metode ceramah interaktif dan demonstrasi langsung penggunaan Canva serta pemanfaatan AI dalam pembuatan konten promosi. Sesi ini difokuskan pada pengenalan fitur, penyusunan tata letak sederhana, serta pembuatan desain promosi berbasis potensi lokal.

b. Sesi Praktik Terbimbing

Peserta diberikan kesempatan untuk mencoba secara langsung pembuatan desain dengan pendampingan fasilitator. Praktik dilakukan secara terbatas sesuai dengan ketersediaan perangkat sementara peserta lainnya mengikuti secara observatif dan diskusi.

c. Penguatan Literasi Digital Pasar

Selama pelatihan, disisipkan pemahaman mengenai etika penggunaan gambar, pemilihan konten yang sesuai, serta penggunaan teknologi secara bertanggung jawab.

3. Tahap Evaluasi

Tahap ini bertujuan mengukur dampak kegiatan dan memastikan keberlanjutan pembelajaran.

a. Evaluasi Peningkatan Pengetahuan

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terkait penggunaan Canva dan AI dalam desain promosi digital.

b. Refleksi dan Diskusi Akhir

Dilakukan diskusi singkat untuk menggali kesan peserta, pemahaman yang diperoleh, serta potensi penerapan keterampilan dalam kegiatan ekonomi desa.

c. Dokumentasi dan Diseminasi Luaran

Seluruh kegiatan didokumentasikan sebagai bahan penyusunan laporan akhir dan artikel ilmiah pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan

Tahapan perencanaan ini meliputi pengurusan izin dengan pihak mitra untuk mendapatkan pernyataan mitra (terlampir pada Pernyataan keredediaan mitra) dan penentuan jadwal kegiatan pengabdian disesuaikan dengan kesediaan mitra. Selanjutnya pembagian tugas tim pengabdian terlihat dari susunan acara kegiatan pengabdian.

Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilakukan dengan memberikan edukasi dan pelatihan dalam pembuatan pupuk dengan cara pengkomposan dengan memanfaatkan limbah tankos di daerah Langgam, Kegiatan diadakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 27 Januari 2026
Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Balai Desa Padang Luas, Langgam

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan untuk Petani Langgam khususnya daerah Padang Luas di Kabupaten Pelalawan. Bentuk pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

- Jumlah peserta mencapai 21 orang yang terdiri dari ibu-ibu rumah tangga dan beberapa orang aparat desa.
- Peserta Pelatihan sangat antusias terhadap pelatihan ini karena mendapatkan pengetahuan baru cara menggunakan canva dan AI sebagai ide kreatif untuk promosi di media sosial.

Pelatihan penggunaan canva dan AI sangat menarik bagi peserta karena cara pembuatan yang mudah dengan media yang biasa digunakan yaitu handphone.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi dan Penyuluhan



Gambar 3. Pelatihan Penggunaan Canva dan AI untuk ide kreatif

Setelah memaparkan cara penggunaan AI dan Canva oleh Dosen melalui kegiatan pendampingan. Hal-hal yang menjadi perhatian adalah kekurangan dan kelebihan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan yang dilakukan pada tahap refleksi yaitu:

- a. Refleksi hasil pelatihan
- b. Pendampingan dalam tidak lanjut pengembangan program

Tahap selanjutnya diharapkan peserta yaitu warga Desa Padang Luas dapat secara keseluruhan melaksanakan program tersebut baik secara partisipatif atau mandiri dengan membagi ilmu lingkungan lainnya.

Evaluasi

Bentuk evaluasi dilaksanakan dengan mendistribusikan kuesioner baik *pre-test* dan *post-test* survey kepuasan Mitra. Bentuk kuesioner dapat dilihat pada lampiran. Hasil interpretasi dari kuesioner tersebut sebagai berikut:

- a. Hasil Survey Kepuasan Mitra

Peserta pelatihan Canva dan AI dilakukan pendampingan form *survey* kemuasan mitra untuk mengetahui sejauh mana Tingkat pemahaman dan penerimaan materi (Tabel X). *Survey* kepuasan mitra menunjukkan nilai lebih dari 90% menunjukkan Tingkat penerimaan materi Sangat Baik

- b. Hasil Pre-test dan Post-test

Pelatihan Canva dan AI dimulai dengan memberi pre-test kepada 21 peserta yang hadir untuk mengetahui pengetahuan peserta mengenai pembuatan desain dan pemanfaatan AI. Pre-test diberikan dalam bentuk soal dengan dua pilihan Ya dan Tidak. Setelah dilakukan sosialisasi dan pelatihan secara langsung pada peserta, peserta kembali diberikan post-test dengan pertanyaan yang sama dengan pre-test untuk mengetahui pemahaman dan eferktifitas

penyelenggaraan pelatihan yang dilakukan. Perbandingan hasil pre-test dan post-test disajikan pada tabel berikut :

Tabel 1. Perbandingan Hasil Evaluasi Pre-test dan Post-test Peserta Pelatihan Canva dan AI

No.	Aspek yang Diukur	Pre-test (%)	Post-test (%)	Peningkatan (%)
1	Pengetahuan tentang aplikasi Canva dan AI	0	100	100
2	Pengetahuan tentang cara pembuatan desain menggunakan Canva	0	100	100
3	Pengetahuan tentang manfaat desain promosi menggunakan Canva	9	91	82

Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta terkait penggunaan Canva dan teknologi kecerdasan buatan (AI). Sebagian besar masyarakat Desa Padang Luas sebelumnya belum pernah mempelajari penggunaan Canva dan AI, sehingga mereka belum pernah membuat desain kemasan yang menarik melalui aplikasi digital. Secara keseluruhan, hasil akhir menunjukkan bahwa 91% dari 21 peserta yang mengikuti pelatihan ini telah memahami dengan baik cara menggunakan aplikasi digital Canva dan AI dalam menghasilkan desain yang menarik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam “Pemberdayaan Masyarakat Desa Padang Luas melalui Pelatihan Desain Promosi Digital Berbasis Canva dan AI untuk Produk Pupuk Organik dan Biopot” telah berhasil meningkatkan pengetahuan peserta yaitu warga di Desa Padang Luas terkait penggunaan canva dan AI sebagai ide kreatif untuk promosi media digital. Hal ini dapat dilihat dari evaluasi yang dilakukan dengan melihat hasil pre-test dan post-test yang menunjukkan adanya peningkatan peserta dalam memahami dan mengetahui kegunaan serta proses penggunaan canva dan AI. Penggunaan canva dan AI dapat memberikan dampak positif ditunjukkan dengan keaktifan peserta atau warga yang mengikuti kegiatan tersebut. Dengan demikian, perlu adanya tindak lanjut untuk kegiatan perluasan pengetahuan tentang canva dan AI selain untuk dijadikan sebagai promosi di media sosial bisa dijadikan hal-hal lain seperti pendidikan, bisnis, dan presentasi visual. Sebagai tindak lanjut dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, disarankan untuk menyelenggarakan pelatihan lanjutan mengenai pemanfaatan marketplace dan e-commerce sebagai sarana pemasaran produk pupuk organik dan biopot. Pelatihan ini dapat mencakup pembuatan akun toko, pengunggahan produk, penyusunan deskripsi produk yang menarik, penentuan harga, pengelolaan pesanan, serta strategi pemasaran melalui platform seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop. Dengan demikian, masyarakat Desa Padang Luas tidak hanya mampu membuat media promosi digital menggunakan Canva dan Artificial Intelligence (AI), tetapi juga memiliki kemampuan untuk memasarkan produknya secara lebih luas melalui platform digital sehingga dapat meningkatkan daya saing produk dan memperluas jangkauan pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Institut Teknologi Perkebunan Pelalawan Indonesia atas dukungan pendanaan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan lancar. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada mitra, yaitu masyarakat Desa Padang Luas, atas kerja sama, partisipasi, dan keterbukaannya selama pelaksanaan pelatihan desain promosi digital berbasis Canva dan AI untuk produk pupuk organik dan biopot. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada tim dosen pelaksana pengabdian atas kontribusi dan kerja sama yang baik selama kegiatan berlangsung, serta kepada mahasiswa yang turut membantu dalam pelaksanaan, sehingga seluruh rangkaian kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan baik hingga selesai

DAFTAR PUSTAKA

- Alfonzo, P. M., & Batson, J. (2014). Utilizing a Co-teaching model to enhance digital literacy instruction for doctoral students. *International Journal of Doctoral Studies*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.28945/1973>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pelalawan. (2023). *Luas Areal Tanaman Perkebunan (Hektar)*.

- <https://pelawankab.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTE2IzI=/luas-areal-tanaman-perkebunan.html>
- Badolo, M., Malik, M. A., Nasianti, R., Utami, R., Rosdiana, Anisa, R. J., Rindi, S. S., Tumbo, S., Handayani, S. C., & Ramadhani, U. (2024). Pelatihan desain grafis melalui aplikasi *Canva* sebagai upaya peningkatan kreativitas guru dalam mendukung Merdeka Belajar. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(3), 971–977. <https://doi.org/10.53769/jai.v4i3.913>
- Dihni, V. A. (2022, September 9). *Gambaran kesenjangan akses internet di kota-desa skala global*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/gambaran-kesenjangan-akses-internet-di-kota-desa-skala-global>
- Endra, R. Y., Redaputri, A. P., Dunan, H., Syahputra, M. B., & Handayani, A. (2024). Pelatihan desain dengan *Canva* untuk UMKM sebagai sarana promosi produk di Desa Ganjar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 32–38. <https://doi.org/10.62017/jpmi.v3i1.1902>
- Fachruddin Perdana, B., Rasyid, R., Hasanuddin, I., Nurhidayanti, N., Sari, N., & Hamid, A. (2024). Pelatihan pemanfaatan *artificial intelligence* dan *Canva* bagi dosen Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Tadulako. *Poltekita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 121–129. <https://doi.org/10.33860/pjpm.v5i1.3390>
- Fadhilah, I. C. (2025). Pelatihan bisnis digital: *Digital marketing* bagi siswa SMAN 1 Tualang. *JITER-PM: Jurnal Inovasi Terapan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 1–9.
- Fifaldyovan, M. I., Dewi, S. M., & Astuti, R. D. (2024). Pelatihan *Canva* untuk optimalisasi digital marketing bagi pelaku UMKM (*Canva training for digital marketing optimization for MSMEs*). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 1(2), 81–87.
- Handayani, F., Harun, M., Suryanti, A. P. P. A., Fitriani, A., Chan, R., Rahwilda, Munanda, R., Aldi, M. T., Fatma, Y., Hayami, R., Putra, E., & RF, R. M. T. (2024). Pembudidayaan jamur merang menggunakan media limbah kapas sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 7(4), 438–443.
- Patty, J., & Lekatompessy, J. (2024). Pelatihan penggunaan teknologi *artificial intelligence* (AI) dalam pembelajaran bagi para guru SD Negeri Tiakur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3). <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i3.726>
- Putri, A. A., Nonemnanu, R., Ramadhani, N. S., Tirani, P. D., & Sari, R. G. M. (2024). Pengenalan aplikasi *Canva* untuk UMKM di Jatisari. *Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen*, 1(4), 529–531. <https://doi.org/10.61722/jaem.v1i4.3547>
- Rahmatillah, Z. (2025). Literasi digital: Suatu keharusan di era Revolusi Industri 4.0. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 3(3), 1–9.
- Ratih, K. D., Harini, P. N., & Ananta, P. A. (2023). Pemanfaatan *Canva* sebagai media promosi kreatif dan inovatif pada era digital. *Prospek: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 129–136.
- Nurrahmah, A. (2024). Pelatihan pengenalan *artificial intelligence* (AI) untuk meningkatkan kompetensi guru pada transformasi digital. *Journal of Smart Community Service*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.61722/jscs.v2i1.43>
- Simamora, S., & Hasugian, P. M. (2025). Pengenalan *artificial intelligence* (AI) untuk meningkatkan literasi digital masyarakat. *Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia SEAN (ABDIMAS SEAN)*, 3(2), 69–77. <https://doi.org/10.58471/abdimassean.v3i02.762>
- Siregar, F. A., Kristin, O. V., & Lubis, N. B. (2026). *Transformasi Digital dan Strategi Adaptasi UMKM dalam Menghadapi Era Ekonomi Digital di Indonesia*. 9(2), 854–864.
- Solihah, S., & Zakiah, N. E. (2022). elatihan Penggunaan Aplikasi Canva untuk Mengembangkan Kreativitas dalam Pemasaran Produk UMKM Makanan Khas Daerah Ciamis. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1041–1050. <https://jurnal.unigal.ac.id/abdimasgaluh/article/view/8099>
- Surur, M., S, L. D. K., H, A. F., & Sugianto, R. (2024). Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Inovatif Berbasis Canva Untuk Meningkatkan Kemampuan Literasi Digital. *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 85–98.
- Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. (2018). Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital: Peluang Dan Hambatan Pengembangan Usaha Mikro Pada Era Ekonomi Digital. *Ikraith-Ekonomika*, 2(2), 29–34.
- Valentina, A., Suryaningsih, S., Pangestoeti, W., Yahya, G. Y., & Rolisti, D. (2024). *Pelatihan Digital Marketing Dalam Rangka Penguatan Kapasitas UMKM Desa Ekang Anculai*. 46–54.