

Sosialisasi dan Pelatihan *Content Marketing* Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM

Edy Purwanto*, M. Munir Syam AR, Miftahol Arifin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wiraraja
*Email Korespondensi: edypurwanto@wiraraja.ac.id

ABSTRACT

The use of digital marketing is currently one of the keys to the success of MSMEs. The activity of marketing a product via the internet can certainly reach consumers who cannot be reached by conventional marketing. The use of social media such as Instagram, Facebook and others will certainly make it easier for the message to be conveyed to consumers. MSMEs must have the ability to create content marketing. In Pagerungan Besar village itself there are several MSMEs that have products that are quite well known. However, there are problems in the marketing sector, especially creating content marketing. This activity was carried out to provide education to MSME players and provide training on procedures for creating digital-based content marketing. The activities carried out are in the form of outreach and training. This method is deemed appropriate for solving the problems experienced by MSMEs. The stages in this activity are the preparation stage, implementation stage and also the activity evaluation stage. From this activity, information was obtained that there was an increase in participants' understanding of content marketing. Next, it is necessary to provide assistance in creating attractive packaging designs that meet the established standards.

Keywords

*Digital Marketing,
Content Marketing,
UMKM, Pagerungan
Besar*



*BERDAYA : Jurnal
Pendidikan dan
Pengabdian Kepada
Masyarakat
Vol 5, No.3, 2023, pp.
195 - 204
eISSN 2721-6381*

Article History

Received 11/8/2023 / Accepted 11/19/2023/ First Published: 11/21/2023

To cite this article Purwanto, E., AR, M. M., & Arifin, M. (2023). Sosialisasi dan Pelatihan Content Marketing Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 195 - 204.



© The Author(s)2023

. This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

ABSTRAK

Penggunaan *digital marketing* saat ini merupakan salah satu kunci keberhasilan para UMKM. Kegiatan memasarkan sebuah produk melalui internet tentu dapat menjangkau konsumen yang tidak bisa dijangkau oleh pemasaran secara konvensional. Pemanfaatan media sosial seperti instagram, facebook dan lainnya tentu akan mempermudah pesan tersebut tersampaikan kepada konsumen. UMKM harus memiliki kemampuan dalam pembuatan content marketing. Di desa Pagerungan Besar sendiri terdapat beberapa UMKM yang memiliki produk yang sudah cukup dikenal. Namun, terdapat persoalan di sektor pemasaran terutama pembuatan content marketing. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM dan memberikan pelatihan mengenai tata cara pembuatan content marketing berbasis *digital*. Kegiatan yang dilakukan berupa sosialisasi dan pelatihan. Metode ini dirasa tepat untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM. Tahapan dalam kegiatan ini yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan juga tahap evaluasi kegiatan. Dari kegiatan ini didapatkan informasi bahwa terdapat peningkatan pemahaman peserta mengenai content marketing. Selanjutnya, perlu dilakukan pendampingan pembuatan desain kemasan yang menarik dan memenuhi standar yang sudah ditetapkan.

Profil Penulis

Edy Purwanto
M. Munir Syam AR
Miftahol Arifin

Manajemen, Fakultas Ekonomi
dan Bisnis, Universitas Wiraraja

*Email:

edypurwanto@wiraraja.ac.id

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Content Marketing, UMKM, Pagerungan Besar

Reviewing Editor
Maya Mustika, STIE Indonesia
Jakarta

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang luas. Ada 34 provinsi, salah satunya adalah Jawa Timur. Ada 38 kabupaten/kota di Jawa Timur. Salah satunya adalah Kabupaten Sumenep. Kecamatan Sapeken merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Sumenep. Kecamatan ini memiliki 11 desa. Desa Pagerung besar adalah salah satunya. Menurut data Badan Pusat Statistik (2021), Desa Pagerungan Besar memiliki jumlah penduduk sebanyak 6.450 jiwa yang terbagi atas pria sebanyak 3.226 jiwa dan penduduk dengan jenis kelamin wanita sebanyak 3.224 jiwa.

Akhir-akhir ini Pemerintah desa pagerungan besar sangat gencar dalam melakukan terobosan di berbagai bidang seperti infrastruktur telekomunikasi dan informasi. Penyediaan jaringan internet menjadi salah satu terobosan yang dapat membantu para pelaku umkm dalam mengembangkan usaha yang mereka miliki. Oleh sebab itu, edukasi mengenai penggunaan teknologi dalam mengembangkan sebuah usaha adalah hal yang perlu untuk dilakukan oleh para pengusaha. Penggunaan digital marketing merupakan salah satu kunci keberhasilan bisnis (Maytanius *et al.*, 2023). Saat ini, para umkm harus mampu beradaptasi dan bertransformasi dengan memanfaatkan media digital. Hal itu tentu dapat

membantu para pelaku usaha dalam memperluas pangsa pasar dan peningkatan penjualan (Fahdia *et al.*, 2022).

Kegiatan memasarkan sebuah produk melalui internet tentu dapat menjangkau konsumen yang tidak bisa dijangkau oleh pemasaran secara konvensional. Pemanfaatan media sosial seperti instagram, facebook dan lainnya tentu akan mempermudah pesan tersebut tersampaikan kepada konsumen. Oleh sebab itu, umkm harus memiliki kemampuan dalam pembuatan content marketing itu sendiri (Oktaviani *et al.* 2022). Selanjutnya, pemasaran berbasis digital juga lebih *real time* sehingga para pelaku umkm bisa langsung memperoleh informasi mengenai minat dan respon dari konsumen yang ditargetkan. Selain itu, pelaku umkm dapat lebih cepat merespon untuk membuat strategi yang sesuai terkait dengan content marketing agar hasil yang diperoleh bisa lebih baik lagi (Hendriadi *et al.*, 2019)

Kegiatan pengabdian ini merupakan sebuah upaya yang dilakukan dalam menindaklanjuti pengabdian yang sebelumnya sudah pernah dilakukan pada tahun 2022 bahwa para pelaku usaha memerlukan wawasan tentang pendaftaran merek (Purwanto *et al.*, 2022). Setelah pelaku usaha memiliki wawasan tentang merek maka selanjutnya mereka sudah semestinya memiliki kemampuan dalam memasarkan produk yang mereka miliki. Edukasi tentang penyusunan content marketing berbasis digital dengan tentu menjadi skla prioritas dalam tahapan pemberdayaan masyarakat kepulauan. Content marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang baru yang menarik dan juga bisa mempertahankan pelanggan yang sudah dimiliki (Zamani *et al.*, 2022).

Kegiatan ini menjadi sangat urgen untuk dilakukan karena banyak pelaku umkm di kepulauan yang sudah memiliki produk yang sangat baik dan sudah memiliki brand yang cukup dikenal akan tetapi mereka belum mampu mempromosikan produk yang mereka miliki. Hal ini dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan dan fasilitas. Untuk itu, upaya yang dilakukan oleh pemerintah desa merupakan angin segar bagi para pelaku umkm untuk memanfaatkan teknologi dengan cara mempromosikan produk mereka melalui digital marketing. Hal ini dirasa akan jauh lebih efektif karena pangsa pasar yang mereka miliki tidak hanya di wilayah kepulauan saja tetap juga sudah merambah ke wilayah daratan. Saat ini, pemberian edukasi kepada masyarakat terkait penggunaan aplikasi canva sudah intents dilakukan (Saehan *et al.*, 2023., Wijayanti *et al.*, 2022).

Desa pagerunga besar secara geografis sangat susah dijangkau oleh para akademisi. Untuk itu, pengabdian mengenai pelatihan pembuatan content marketing berbasis digital ini sangat dibutuhkan oleh para pelaku usaha di desa tersebut. Kegiatan ini adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh akademika dari universitas wiraraja sebagai perguruan tinggi yang ada di kabupaten sumenep untuk membantu para pelaku usaha untuk mengembangkan usaha mereka. Oleh sebab itu, pelatihan content marketing berbasis digital adalah kegiatan pengabdian yang sangat ditunggu oleh para pelaku umkm di desa pagerungan besatr.

Mengacu pada hasil diskusi dengan kepala dinas pemberdayaan masyarakat dan desa Kabupaten Sumenep, Bapak Anwar Syahroni yusuf, AP. M.Si pada hari kamis, 20 juli 2023 bahwa pemerintah daerah sangat mendukung dan mengapresiasi desa yang melakukan terobosan terutama dalam hal penyediaan infrastruktur seperti jaringan internet karena akan sangat membantu para pelaku usaha. Keberadaan jaringan internet akan sangat membantu

para pelaku usaha dalam memperkenalkan produk yang mereka miliki. Dengan begitu, potensi yang ada di desa tersebut akan dioptimalkan dengan sebaik-baiknya.

Berdasarkan wawancara dengan Kepala Desa Pagerungan Besar Bapak H. Yulandi Abd. Rahim pada tanggal 11 bulan juli 2023 diporeleh informasi bahwa banyak pelaku usaha di desa pagerungan besar memiliki persoalan dalam mempromosikan produk mereka. Para pelaku usaha hanya berjualan dan hanya mengandalkan word of mouth untuk mendapatkan pembeli. Padahal produk yang mereka miliki sudah sangat baik. Dengan begitu, kegiatan pelatihan pembuatan content marketing angin segar bagi para pelaku usaha sehingga mereka memiliki kompetensi dalam memasarkan produk yang mereka punya. Oleh sebab itu, kemampuan dalam membuat content marketing berbasis digital ini akan mampu meningkatkan brand awareness para konsumen bukan hanya di wilayah kepulauan tetapi juga di wilayah daratan.

Persoalan yang dihadapi adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman tentang Content Marketing

Pemahaman tentang content marketing merupakan sesuatu yang sangat penting bagi keberlanjutan sebuah usaha. Pelaku usaha di desa pagerunga besar sangat jarang melakukan promosi melalui digital. Hal ini disebabkan ketidakpahaman tentang pentingnya pemasaran untuk memajukan usaha yang merek miliki. Oleh sebab itu, kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini adalah sesuatu yang sangat mendesak untuk dilakukan.

2. Kurangnya pengetahuan tentang pembuatan content marketing berbasis digital

Para pelaku usaha di desa pagerungan besar sebagian besar belum memiliki kemampuan dalam membuat content marketing dengan menggunakan aplikasi digital. Hal itulah yang membuat para pelaku usaha sangat jarang mempromosikan produk mereka melalui digital marketing.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada umkm tentang pentingnya content marketing. Selain memberikan informasi, kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang penggunaan aplikasi canva yang bisa digunakan dalam membuat content marketing. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu mengatasi persoalan yang dihadapi oleh para pelaku usaha di Pagerungan Besar. Pemahaman yang baik tentang pentingnya memanfaatkan media digital dalam mempromosikan produk yang mereka miliki akan mendorong para pelaku usaha untuk membuat content content menarik.

Sasaran Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan content marketing berbasis digital di Desa Pagerungan Besar. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para pelaku usaha (umkm) dalam memahami pentingnya pembuatan content marketing berbasis digital. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kompetensi kepada para pelaku usaha dalam membuat content marketing dengan aplikasi canva. Dengan demikian, kegiatan ini mampu

mendorong para pelaku usaha untuk selalu mempromosikan produk produk yang mereka miliki melalui digital marketing.

Masalah yang ingin dipecahkan

Persoalan yang dialami oleh para pelaku usaha (umkm) di desa pagerungan besar diantaranya adalah persoalan promosi. Para pelaku usaha sangat jarang bahkan sebagian belum pernah melakukan pemasaran melalui digital marketing. Hal ini disebabkan oleh persoalan ketidakpahaman tentang pentingnya digital marketing. Persoalan lainnya adalah persoalan ketidaktahuan cara membuat content marketing berbasis digital. Oleh sebab itu, kegiatan ini merupakan wadah bagi para pelaku usaha untuk memahami pentingnya promosi dan melalui kegiatan ini pula, para pelaku usaha dapat memiliki kemampuan dalam membuat content marketing berbasis digital.

MATERI DAN METODE

Materi

Dalam kegiatan ini disampaikan beberapa hal diantaranya yaitu digital marketing, content marketing, pentingnya digital marketing dan content marketing dalam keberlanjutan usaha. Melalui kegiatan ini pula, para pelaku usaha dilatih untuk membuat content marketing berbasis digital yang nantinya bisa dijadikan sebagai content dalam mempromosikan produk yang mereka miliki.

Lokasi dan Mitra Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan di Gelanggang Remaja Desa Pagerungan Besar kecamatan sapeken, Kabupaten sumenep Provinsi jawa timur. Adapun mitra dalam kegiatan ini yaitu pemerintah desa pagerungan besar.

Peserta

Kegiatan pengabdian ini dihadiri oleh pemerintah desa pagerungan besar, anggota badan usaha milik desa (Bumdes), anggota karang taruna dan para pelaku usaha. Para peserta yang mengikuti kegiatan berjumlah 20 peserta yang terdiri dari para pelaku usaha seperti, pengusaha Abon, pengusaha kerupuk, dan lain sebagainya.

Prosedur dan Metode

Prosedur:

1. Persiapan Kegiatan: kegiatan ini diawali dengan melakukan koordinasi kepada bapak kepala desa pagerungan besar tentang pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Selain itu, tim juga mempersiapkan segala keperluan administrasi untuk memperlancar pelaksanaan kegiatan.
2. Pelaksanaan kegiatan: pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan dua pendekatan yaitu kegiatan sosialisasi dan pelatihan.
3. Evaluasi hasil pelatihan: Setelah kegiatan selesai dilaksanakan, maka selanjutnya dilakukan evaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan ini.

Metode Pelaksanaan:

1. **Sosialisasi**- pelaksanaan sosialisasi dilakukan untuk memberikan wawasan kepada para pelaku usaha tentang pentingnya content marketing berbasis digital
2. **Pelatihan**- pelaksanaan pelatihan ini dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada para peserta tentang cara membuat content marketing berbasis digital dengan menggunakan aplikasi canva.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Tahap Persiapan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan melakukan koordinasi kepada Kepala Desa Pagerungan Besar tentang pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Selanjutnya, tim juga mempersiapkan segala keperluan administrasi untuk memperlancar pelaksanaan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan juga melakukan studi literatur dan mempersiapkan materi yang akan disampaikan dalam kegiatan. Persiapan kegiatan dilakukan sejak tanggal 29 September sampai dengan 08 November 2023.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Kamis, 09 November 2023 di Gelanggang Remaja Desa Pagerungan Besar. Pelaksanaan kegiatan ini dimulai dengan memberikan pertanyaan kepada para peserta kegiatan. Lebih jelasnya mengenai kegiatan dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1

Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Keterangan
1	Pre Test	Peserta Kegiatan diberikan pertanyaan
2	Sosialisasi	1. Materi tentang content marketing 2. Materi tentang digital marketing
3	Pelatihan	1. Para peserta kegiatan diberikan pelatihan tentang pembuatan content marketing berbasis digital melalui aplikasi canva.

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan melakukan *pre test* kepada para peserta. Setelah *pre test* selesai dilakukan maka selanjutnya dilakukan penyampaian materi. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi diawali dengan penyampaian materi mengenai digital marketing dan content marketing dan hal - hal lain yang berkaitan dengan topik kegiatan yakni sosialisasi dan pelatihan content marketing berbasis digital untuk meningkatkan daya saing umkm.



Gambar 1.
Sosialisasi tentang Content marketing berbasis digital

Kegiatan selanjutnya yaitu pelatihan pembuatan *content marketing* berbasis digital. Di tahap ini, para peserta diberikan pelatihan tentang pembuatan content marketing berbasis digital dengan menggunakan aplikasi canva. Para peserta diperkenalkan dengan aplikasi tersebut sekaligus dilatih dalam menggunakan aplikasi tersebut.

Evaluasi Kegiatan

Setelah kegiatan sosialisasi dan pelatihan dilakukan, selanjutnya dilakukan evaluasi untuk mengetahui keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan memberikan para peserta post test. Evaluasi pelaksanaan kegiatan ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2.

Evaluasi Kegiatan

No	Kegiatan	Keterangan
1	Post-Test	Memberikan post test kepada peserta kegiatan
2	Kajian Hasil	Memberikan pertanyaan kepada para peserta tentang pemahaman yang didapatkan

Dalam tahap evaluasi ini para peserta diberikan 4 pertanyaan dengan menggunakan skala likert. Adapun penjelasan dari skala Guttman yang digunakan terdiri dari dua pilhan yaitu tau dan tidak tau. Berikut ini merupakan tabel hasil pre-test dan post-test dengan menggunakan skala guttman.

Tabel 3

Hasil Pre test dan Post Test menggunakan Skala Guttman

No	Pertanyaan	Pre test		Pos-Test	
		Tahu	Tidak Tahu	Tahu	Tidak Tahu
1	Apakah anda mengetahui Content marketing?	5 (25%)	15 (75%)	20 (100%)	-
2	Apakah anda mengetahui digital marketing?	5 (25%)	15 (75%)	20 (100%)	-
3	Apakah anda mengetahui aplikasi canva	4 (20%)	16 (80%)	20 (100%)	-
4	Apakah anda bisa membuat content marketing dengan aplikasi canva	3 (15%)	17 (85%)	15 (75%)	5 (25%)

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 3 di atas didapatkan informasi mengenai hasil pelaksanaan kegiatan ini dengan melihat pemahaman para peserta kegiatan sebelum dan sesudah kegiatan. Jawaban para peserta kegiatan sebelum kegiatan dimulai (pre test) untuk pertanyaan pertama terbagi menjadi dua jawaban dengan persentase 5 peserta (25%) menjawab bahwa mereka mengetahui content marketing dan 15 peserta (75%) menjawab tidak tahu. Untuk pertanyaan ke dua, terdapat 5 peserta (5 (25%) menjawab tahu dan terdapat 15 peserta menjawab tidak tahu. Selanjutnya, untuk pertanyaan ke tiga, sebelum kegiatan para peserta menjawab tahu sebanyak 4 peserta (20%) dan peserta yang menjawab tidak tahu sebanyak 16 peserta (80%). Kemudian, pertanyaan ke empat, terdapat 3 (15%) peserta menjawab tahu dan 17 (85%) peserta menjawab tidak tahu.

Setelah kegiatan selesai dilaksanakan para peserta diberikan post test dengan pertanyaan yang sama. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang cukup signifikan. Untuk pertanyaan pertama tentang pemahaman peserta mengenai content marketing 20 (100%) peserta kegiatan menjawab sudah mengetahui. Pertanyaan ke dua tentang digital marketing, 20 (100%) peserta kegiatan juga menjawab bahwa mereka sudah mengetahui. Pertanyaan ke tiga mengenai pengetahuan terhadap aplikasi canva, peserta kegiatan juga sudah menjawab tahu sebanyak 20 (100%) peserta. Untuk pertanyaan terakhir terdapat 15 (75%) peserta yang menjawab bahwa mereka sudah mengetahui cara menggunakan aplikasi canva dan 5 (25%) peserta masih menjawab belum mengetahui.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pengabdian yang dilaksanakan ini mampu meningkatkan pemahaman dan kompetensi dari peserta kegiatan. Meskipun demikian, masih ada hal-hal lain yang masih belum maksimal terutama dalam hal kemampuan para peserta dalam membuat desain untuk bahan content marketing dengan menggunakan aplikasi canva. Terdapat beberapa peserta yang belum memahami cara menggunakan aplikasi tersebut. Untuk itu, kegiatan semacam ini masih perlu dilanjutkan agar hasil yang diperoleh bisa lebih maksimal.

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan tentang content marketing berbasis digital untuk meningkatkan daya saing umkm di Gelanggang Remaja Desa Pagerungan Besar ditutup dengan sesi foto bersama peserta kegiatan.



Gambar 2.

Sesi foto bersama setelah kegiatan

KESIMPULAN

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan tentang content marketing berbasis digital untuk meningkatkan daya saing umkm berhasil meningkatkan pemahaman para peserta kegiatan. Baik pemahaman content marketing dan juga digital marketing, para peserta juga memiliki peningkatan pengetahuan terhadap penggunaan aplikasi canva.

Saran Kegiatan Lanjutan

Untuk kegiatan berikutnya perlu diadakan pendampingan pembuatan desain kemasan terhadap produk-produk milik umkm di desa pagerungan besar. Selain itu, perlu dilakukan pemberian edukasi mengenai syarat-syarat kemasan yang sesuai dengan persyaratan yang seharusnya terkandung didalam kemasan tersebut. Hal ini sangat penting, karena kemasan yang ada akan menjadi salah satu bahan yang bisa digunakan untuk membuat content marketing yang menarik.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistika (2021). *Kecamatan Kaliangget Dalam Angka 2021*. BPS Kabupaten Sumenep
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34-39.
- Hendriadi, A.A., Sari, B. N., & Padilah, TN. N (2019). Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Karawang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat J-DINAMIKA*, vol. 4, no. 2, pp. 120-124
- Maytanius, J., Wahyudi, H., Lim, R., & Sentoso, A. (2023). Analisis Digital Marketing UMKM Creativ. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1563-1567.
- Oktaviana, Iriane, & Ajiono (2022). Pelatihan Content Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Di Umkm Kab. Banyumas. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 3 No 1, pp. 54-59
- Purwanto, E., Herli, M., Sya'bana, R. A., & AR, M. M. S. (2022). Sosialisasi dan Pelatihan Pengisian Formulir Merek. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 129-140.
- Saehan, A., Suryadi, S., & Pohan, T. H. (2023). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3(2), 44-48.
- Wijayanti, L., Sukwadi, R., Prasetya, W., & Azels, W. A. (2022). Pelatihan Membuat Desain Iklan Digital Menggunakan Aplikasi Canva bagi UMKM Binaan ASPPUK. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1).
- Zamani, H., Naami, A., & Hamdi, K. (2022). Designing a content marketing template to increase purchase intention in digital marketing. *Journal of Business Management*, 14(2), 354-376.

Accepted author version posted online: 11/21/2023
Maya Mustika (Reviewing editor)

DECLARATIONS

Funding

Kegiatan ini merupakan bagian dari program Pengabdian Kepada Masyarakat yang didanai oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Wiraraja (Dana internal dengan nomor kontrak: 026/LPPM/PP-04/I.01/UNIJA/IX/2023).

Competing Interests

Tidak ada konflik kepentingan untuk diungkapkan.