

Implementasi SISKOMDIG dan Pelatihan Visualisasi Digital sebagai Upaya Transformasi Menuju Smart Village

Tuti Alawiyah^{1,*}, Agung Baitul Hikmah¹, Haerul Fatah¹, Atyla Azfa Al Harits¹, Wafa Fauziyyah¹

¹Teknik dan Informatika, Sistem Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Tasikmalaya, Indonesia

Email: ¹tuti.tah@bsi.ac.id, ²agung.abl@bsi.ac.id, ³haerul.hef@bsi.ac.id, ⁴azfaalharits25@gmail.com,

⁵wafafauziyyah1@gmail.com

(* : coressponding author)

Abstrak—Desa Serang, Kabupaten Tasikmalaya, menghadapi tantangan dalam memanfaatkan pemasaran digital secara optimal di kalangan pelaku UMKM yang tergabung dalam Ruang Komunitas Digital Desa Serang. Sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam menampilkan produk secara menarik dan memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Untuk menjawab permasalahan ini, program pengabdian kepada masyarakat bersama mitra Ruang Komunitas Digital Desa Serang merancang dan mengimplementasikan aplikasi SISKOMDIG Desa Serang sebagai sistem informasi komunitas digital yang membantu pengelolaan anggota UMKM yang mendukung komunikasi serta kolaborasi antar anggota. Selain itu, tim memberikan pelatihan visualisasi produk secara digital seperti pembuatan foto produk yang menarik, editing foto dan video, serta pembuatan logo kepada pelaku UMKM agar mampu meningkatkan visualisasi produk mereka di platform digital. Tujuan dari program ini adalah membekali pelaku UMKM dengan keterampilan yang memperkuat daya tarik visual produk dalam pemasaran digital, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Hasil dari program ini meliputi penerapan aplikasi SISKOMDIG Desa Serang yang dapat diakses secara online dan memperoleh sertifikat Hak Kekayaan Intelektual (HKI), pelatihan yang telah diberikan diharapkan dapat meningkatkan keterampilan peserta dalam menciptakan visual produk yang menarik. Program ini memberikan solusi yang berkelanjutan untuk memperkuat pemasaran digital UMKM melalui pendekatan berbasis teknologi dan peningkatan keterampilan, sebagai upaya untuk mendukung Desa Serang menuju Smart Village yang mandiri secara digital.

Kata Kunci: Canva; Siskomdig; UMKM; Visualisasi Produk; Digital.

Abstract— Serang Village, Tasikmalaya Regency, faces challenges in optimally utilizing digital marketing among MSME actors who are members of the Serang Village Digital Community Space. Most MSME actors still have limitations in displaying products attractively and utilizing digital platforms for marketing. To answer this problem, the community service program together with the Serang Village Digital Community Space partners designed and implemented the Serang Village SISKOMDIG application as a digital community information system that helps manage MSME members that support communication and collaboration between members. In addition, the team provides digital product visualization training such as creating attractive product photos, editing photos and videos, and creating logos to MSME actors so that they are able to improve the visualization of their products on digital platforms. The purpose of this program is to equip MSME actors with skills that strengthen the visual appeal of products in digital marketing, so that they can expand market reach and increase product competitiveness. The results of this program include the implementation of the Serang Village SISKOMDIG application which can be accessed online and obtain an Intellectual Property Rights (IPR) certificate, the training that has been provided is expected to improve participants' skills in creating attractive product visuals. This program provides sustainable solutions to strengthen digital marketing for MSMEs through a technology-based approach and skills enhancement, as an effort to support Serang Village towards becoming a digitally independent Smart Village.

Keywords: Canva; Siskomdig; UMKM; Product Visualization; Digital.

1. PENDAHULUAN

Konsep Smart Village merupakan salah satu upaya untuk mendorong pengembangan desa berbasis teknologi, yang tidak hanya meningkatkan kualitas layanan dasar, tetapi juga memperkuat pemberdayaan masyarakat secara inklusif dan berkelanjutan melalui peningkatan sumber daya manusia. Desa yang cerdas mampu memanfaatkan teknologi untuk mendukung aktivitas ekonomi lokal, salah satunya melalui e-commerce dan digital marketing. Peningkatan penetrasi internet serta pertumbuhan pesat e-commerce telah membuka peluang baru dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya digitalisasi ekonomi. Pemasaran digital lebih menjanjikan karena memungkinkan calon pelanggan mengakses berbagai informasi tentang produk dan melakukan transaksi secara online (Sasongko et al., 2020). Hal ini memungkinkan masyarakat, termasuk pelaku UMKM, untuk lebih mudah terlibat dalam kegiatan ekonomi baik sebagai konsumen maupun produsen. Pemasaran digital merupakan sarana yang sangat efektif untuk mendorong peningkatan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan menjalin hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan (Endratama & Wulandari, 2023).

Penerapan pemasaran daring oleh pelaku bisnis mendapat respons positif dari masyarakat serta meningkatkan daya saing (Hakim, 2019). Penelitian yang dilakukan menyebutkan bahwa "teknologi digital mampu memediasi strategi bisnis terhadap kinerja UMKM" (Armiani & Nursanswi, 2023). Perkembangan teknologi penting untuk diadaptasi oleh pelaku bisnis agar dapat bertahan serta meningkatkan dan memperluas pasar (Widya Astuti et al., 2023). Namun, dalam kenyataannya, masih banyak masyarakat yang belum sepenuhnya memahami atau memanfaatkan potensi e-commerce ini secara optimal. Terutama di kalangan masyarakat yang tinggal di daerah terpencil atau kurang berkembang. Perubahan teknologi yang begitu cepat serta kebutuhan akan penguasaan teknologi digital menjadi tantangan saat ini (Royan et al., 2024).

Desa Serang, yang terletak di Kecamatan Salawu, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat, memiliki potensi besar dalam sektor pertanian, kerajinan, dan industri rumah tangga dengan pemandangan alam yang indah dan kekayaan budaya lokal yang masih terjaga dengan baik. Dengan penduduk yang ramah dan kompak, Desa Serang berusaha terus berkembang dalam berbagai aspek, termasuk kegiatan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat melalui UMKM. Sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian, dengan hasil utama seperti padi, jagung, dan sayuran. peternakan dan perikanan juga berperan penting dalam perekonomian desa ini. Selain itu, kerajinan lokal seperti anyaman bambu dan tenun menjadi produk unggulan yang kerap dipasarkan ke luar daerah. Namun, potensi ini belum didukung oleh optimalisasi teknologi, terutama di kalangan pelaku UMKM yang tergabung dalam Ruang Komunitas Digital Desa Serang.

Ruang Komunitas Digital Desa Serang merupakan sebuah inisiatif yang dirancang untuk mendukung dan memfasilitasi perkembangan ekonomi digital di Desa Serang, Kecamatan Salawu, Kabupaten Tasikmalaya. Ruang ini berfungsi sebagai pusat kegiatan digital yang menyediakan akses teknologi dan pelatihan bagi masyarakat, khususnya para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Ruang Komunitas Digital mendorong kegiatan ekonomi dan pengembangan UMKM di Desa Serang melalui beberapa program utama seperti pelatihan dan workshop, pengembangan produk lokal, pendampingan dan mentoring serta pemanfaatan platform e-commerce. Pemanfaatan E-commerce penting untuk membuka peluang baru bagi para pelaku usaha lokal dalam memperluas jangkauan pasar mereka (Riesty Utami et al., 2023) (Praditya, 2024) serta bersaing secara global (Natasyah & Nasution, 2023) dan dapat meningkatkan penjualan (Sutrisno et al., 2024) karena penjualan tidak hanya secara lokal tetapi juga secara nasional bahkan internasional.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini melibatkan Ruang Komunitas Digital Desa Serang sebagai mitra strategis. Komunitas ini berperan penting dalam memfasilitasi pelaku UMKM untuk mengakses teknologi dan pelatihan digital. Beralamat di Kp. Serang, RT 004 RW 001, Desa Serang berjarak sekitar 26 kilometer dari Universitas BSI Kampus Tasikmalaya. Potensi ini menjadikan Desa Serang ideal untuk menerapkan konsep Smart Village melalui penguatan UMKM berbasis digital.

Dalam konteks pemasaran digital, e-commerce menawarkan beragam strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk atau jasa. Dengan pendekatan yang tepat dalam pemasaran digital, misalnya melalui media sosial, dan kampanye iklan online yang terukur, pelaku usaha lokal dapat memperoleh keunggulan kompetitif di pasar digital yang semakin kompetitif. Pemanfaatan e-commerce secara maksimal dapat membantu perkembangan bisnis serta bersaing di pasar digital (Arkhan et al., n.d.). Selain manfaat ekonomi, penggunaan e-commerce juga berpotensi untuk mengurangi kesenjangan akses terhadap barang dan jasa antara wilayah perkotaan dan pedesaan. Melalui pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan e-commerce, masyarakat di daerah terpencil atau kurang berkembang dapat memiliki akses yang sama terhadap berbagai produk dan layanan, sehingga meningkatkan kualitas hidup dan memperluas kesempatan ekonomi mereka. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada pemanfaatan e-commerce dan digital marketing tidak hanya menjadi sebuah inovasi dalam konteks pembangunan ekonomi lokal, tetapi juga sebagai langkah konkret dalam mendukung tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) dengan memastikan inklusi ekonomi bagi semua lapisan masyarakat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, tetapi juga untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, memperluas akses pasar, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, akan terjadi transfer pengetahuan dan keterampilan dari pihak yang memiliki pemahaman mendalam tentang e-commerce kepada masyarakat luas. Hal ini tidak hanya meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat, tetapi juga memperkuat ikatan sosial dan solidaritas di dalam komunitas. Setelah mendapatkan pelatihan digital marketing ini, diharapkan peserta dapat mengkombinasikan pemasaran konvensional dengan pemasaran online dapat meningkatkan penghasilan peserta (Gustini et al., 2024) dan daya saing bisnis (Putra et al., 2023).

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Menuju Desa Serang Smart Village: Memperkuat UMKM Desa Serang melalui E-commerce dan Digital Marketing” dilaksanakan dalam bentuk pemberian pelatihan visualisasi digital dari produk yang dihasilkan untuk menarik calon konsumen serta implementasi aplikasi SISKOMDIG Desa Serang yang merupakan sebuah aplikasi sistem informasi komunitas digital yang dirancang khusus sebagai saluran informasi komunitas UMKM yang tergabung dalam Ruang Komintas Desa Digital Desa Serang, Kabupaten Tasikmalaya. Pada kegiatan sebelumnya telah dilaksanakan pelatihan pembuatan toko online di aplikasi marketplace.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan seperti yang terlihat pada gambar 1 yang meliputi persiapan, pelaksanaan pelatihan dan mentoring, dilanjutkan dengan pendampingan serta monitoring dan evaluasi.

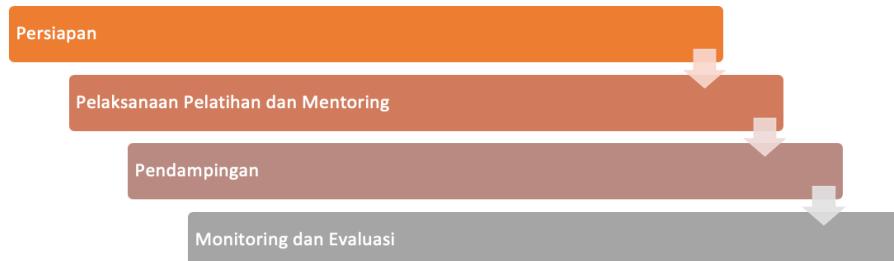
Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum

Vol 5, No 2, November 2024, Page 111–117

ISSN 2723-1674 (Media Online)

DOI 10.47065/jrespro.v5i2.6348

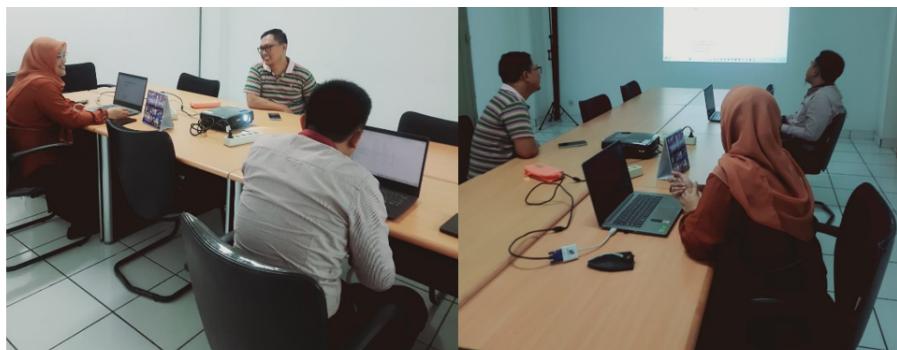
<https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jrespro>



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

a. Tahapan Persiapan

Sebelum kegiatan dilaksanakan maka dilakukan tahapan persiapan seperti berkoordinasi dengan mitra mengenai kebutuhan mitra, penawaran solusi berupa pelatihan dan pendampingan penggunaan platform aplikasi e-commerce dan strategi digital marketing, serta penentuan waktu pelaksanaan pelatihan. Pada tahap ini juga dilakukan koordinasi bersama tim pengabdi seperti yang terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Koordinasi Persiapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

b. Pelaksanaan Pelatihan dan Mentoring

Selanjutnya pada tahap pelatihan, sebelumnya peserta mendapatkan materi tentang penggunaan teknologi digital, pemasaran online menggunakan marketplace yang meliputi pembuatan dan pengelolaan toko online, strategi pemasaran di media sosial, serta teknik penulisan konten yang efektif. Selanjutnya, pelaku UMKM juga mendapatkan pelatihan visualisasi digital seperti yang terlihat pada gambar 3 berupa pembuatan foto produk yang menarik, editing foto dan video serta pembuatan logo menggunakan aplikasi canva. Canva merupakan alat utama untuk membuat desain grafis (Suharto et al., 2022) yang memudahkan pengguna dalam membuat desain visual (Huda et al., 2023) dan kemampuannya yang dapat mendorong kreativitas visual (Marsehan & Nopalia, 2023) (Nurmalina et al., 2022). Dari sisi komunitas, telah dibuatkan aplikasi berbasis website untuk mengelola anggota ruang komunitas desa digital desa serang yaitu SISKOMDIG Desa Serang yang dapat diakses pada link url: <https://rkddserang.online/>. SISKOMDIG Desa Serang merupakan sebuah aplikasi sistem informasi komunitas digital yang dirancang khusus sebagai saluran informasi komunitas UMKM yang tergabung dalam Ruang Komintas Digital Desa Serang, Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya. Sosialisasi penggunaan aplikasi SISKOMDIG bagi calon operator dilakukan secara online melalui aplikasi Gmeet seperti yang terlihat pada gambar 4.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Logo

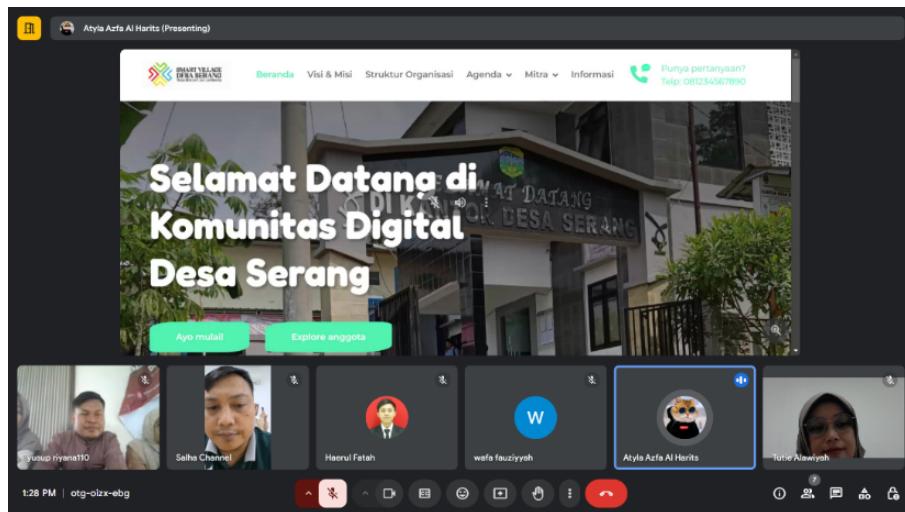
Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum

Vol 5, No 2, November 2024, Page 111–117

ISSN 2723-1674 (Media Online)

DOI 10.47065/jrespro.v5i2.6348

<https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jrespro>



Gambar 4. Sosialisasi Aplikasi SISKOMDIG Desa Serang Kepada Mitra Melalui Google Meet

c. Pendampingan

Setelah pelaksanaan pelatihan dan monitoring, tim juga melakukan pendampingan bagi pengurus Ruang Komunitas Digital Desa Serang dalam mengelola aplikasi SISKOMDIG Desa serang serta dalam pembuatan visualisasi produk secara digital.

d. Monitoring dan Evaluasi

Pada tahap akhir, dilaksanakan monitoring dan evaluasi. Tahap ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Seluruh peserta diberikan kuisioner untuk mengetahui sejauh mana manfaat dari kegiatan ini, dan antusias peserta sebagai bahan acuan untuk perbaikan kedepannya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini telah menghasilkan sebuah aplikasi sistem informasi SISKOMDIG Desa Serang. Aplikasi ini didesain khusus sebagai platform komunikasi dan informasi untuk mendukung komunitas UMKM Desa Serang yang tergabung dalam Ruang Komunitas Desa Digital Desa Serang. SISKOMDIG dirancang agar memudahkan pelaku UMKM dalam mengakses informasi, melakukan promosi, dan menjangkau konsumen secara lebih luas melalui kanal digital. Aplikasi ini telah berhasil di-hosting dan dapat diakses oleh publik melalui URL: <https://rkddserang.online/>. SISKOMDIG Desa Serang berfungsi sebagai saluran komunikasi digital untuk mengelola data komunitas, berbagi informasi terbaru terkait UMKM, dan mendukung strategi pemasaran produk. Fitur-fitur dalam aplikasi ini memudahkan pengguna, khususnya pelaku UMKM, untuk berbagi dan mendapatkan informasi yang relevan dalam pengembangan usaha mereka dengan tampilan beranda seperti yang terlihat pada gambar 5.



Gambar 5. Halaman Beranda SISKOMDIG Desa Serang

Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum

Vol 5, No 2, November 2024, Page 111–117

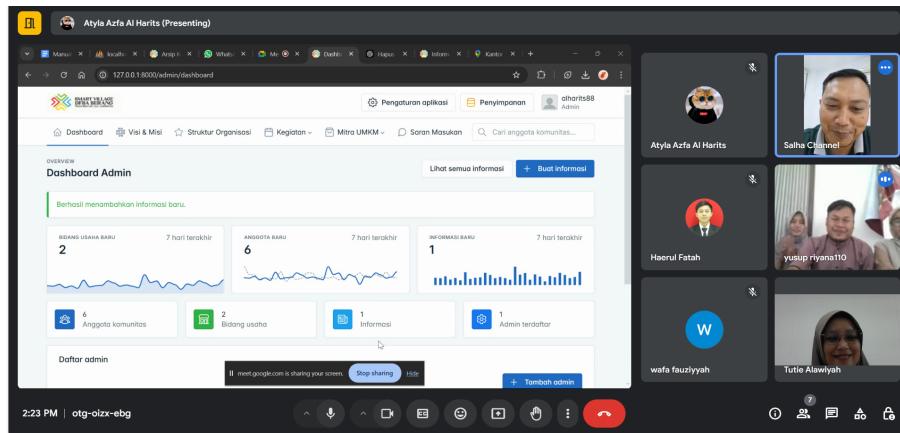
ISSN 2723-1674 (Media Online)

DOI 10.47065/jrespro.v5i2.6348

<https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jrespro>

3.1 Penjelasan Kegiatan

Sebagai langkah awal implementasi, telah dilakukan sosialisasi penggunaan aplikasi SISKOMDIG bagi calon operator/admin yang merupakan pengurus Ruang Komunitas Digital Desa Serang secara daring menggunakan aplikasi google meet tampak pada gambar 6. Sosialisasi ini bertujuan membekali peserta dengan pemahaman dasar dalam mengoperasikan aplikasi, termasuk pengelolaan konten, penambahan produk, dan manajemen informasi komunitas.



Gambar 6. Pelatihan Penggunaan Aplikasi SISKOMDIG Desa Serang Bagi Calon Admin/Operator

Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan visualisasi produk untuk mendukung digital marketing seperti yang terlihat pada gambar 7 dan gambar 8. Pada pelatihan ini, peserta merupakan anggota Ruang Komunitas Digital Desa Serang yang diberikan pelatihan pembuatan foto produk yang menarik, editing foto dan video serta pembuatan logo. Pada pelatihan ini juga dilakukan sosialisasi aplikasi SISKOMDIG Desa Serang bagi pengguna umum.



Gambar 7. Pelatihan Pembuatan Foto Produk Yang Menarik



Gambar 8. Pelatihan Editing Foto Dan Video

3.2 Tingkat Pemahaman Tentang Kegiatan Yang Berlangsung

Keberhasilan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini tampak pada peningkatan keterampilan peserta, respons positif dari peserta terhadap aplikasi dan pelatihan, adopsi teknik visualisasi produk yang lebih profesional, serta peningkatan kolaborasi antar pelaku UMKM. Tolak ukur keberhasilan lainnya adalah kemudahan akses aplikasi oleh masyarakat, penguatan komunikasi antar anggota komunitas, dan kemampuan pelaku UMKM memanfaatkan hasil pelatihan untuk meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar digital.

Kegiatan ini memiliki keunggulan yang signifikan, terutama dalam menyediakan solusi yang relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM. Aplikasi SISKOMDIG didesain sederhana namun fungsional, memudahkan komunitas dalam berbagi informasi dan memperluas jaringan usaha. Selain itu, pelatihan visualisasi produk memberikan keterampilan praktis yang langsung dapat diterapkan, seperti teknik fotografi, editing, dan desain logo. Hal ini mendukung peningkatan kualitas promosi produk UMKM sehingga lebih kompetitif di pasar digital. Kegiatan ini juga berfokus pada pemberdayaan komunitas secara inklusif, menjangkau pelaku UMKM dengan latar belakang keterampilan teknologi yang beragam.

Peluang pengembangan ke depan cukup besar. Peningkatan infrastruktur internet di Desa Serang akan menjadi faktor kunci dalam mengoptimalkan penggunaan aplikasi. Fungsi aplikasi SISKOMDIG dapat diperluas untuk mencakup fitur e-commerce atau sistem pembayaran online yang memudahkan pelaku UMKM dalam menjual produk mereka. Selain itu, pelatihan lanjutan seperti strategi pemasaran digital tingkat lanjut atau pengelolaan toko online dapat memberikan dampak yang lebih signifikan. Dengan evaluasi berkala dan kolaborasi yang berkelanjutan, program ini memiliki potensi untuk menjadi model pemberdayaan berbasis teknologi yang dapat diadaptasi di desa-desa lain.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bertajuk "Menuju Desa Serang Smart Village: Memperkuat UMKM Desa Serang melalui E-commerce dan Digital Marketing" telah berhasil memberikan dampak positif dalam upaya digitalisasi Desa Serang, Kabupaten Tasikmalaya. Salah satu hasil utama dari kegiatan ini adalah pengembangan aplikasi SISKOMDIG Desa Serang, sebuah sistem informasi komunitas digital yang menjadi wadah komunikasi dan kolaborasi bagi UMKM di desa tersebut. Aplikasi ini berhasil meningkatkan efisiensi dalam penyebaran informasi, berbagi pengetahuan, dan memberikan pembaruan terkait aktivitas serta peluang usaha bagi pelaku UMKM. Sosialisasi penggunaan aplikasi yang ditujukan kepada calon admin/operator dari Ruang Komunitas Desa Digital juga telah memberikan pemahaman dasar mengenai pengoperasian aplikasi ini. Hal ini menjadi fondasi yang baik bagi keberlanjutan pemanfaatan SISKOMDIG. Selain itu, pelatihan pembuatan foto produk, editing foto dan video, serta pembuatan logo memberikan keterampilan praktis kepada peserta untuk meningkatkan kualitas visualisasi produk mereka. Kemampuan ini diharapkan dapat mendukung daya tarik produk UMKM di pasar digital, sehingga meningkatkan peluang penjualan. Namun, kegiatan ini tidak luput dari hambatan, seperti keterbatasan infrastruktur digital di desa dan tingkat literasi teknologi yang masih beragam di kalangan peserta. Hambatan ini menjadi peluang perbaikan, di mana peningkatan akses internet dan pelatihan literasi digital yang lebih intensif dapat dirancang untuk mendukung keberlanjutan program. Dengan keberhasilan dan evaluasi yang telah dilakukan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam mendukung Desa Serang untuk terus berkembang menjadi Smart Village yang inovatif dan berbasis teknologi. Kedepan, kolaborasi yang lebih erat antara akademisi, pemerintah desa, dan komunitas diharapkan dapat memperkuat hasil yang telah dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Arkhan, M. R., Putri, R. M. H., Gunawan, A. T. A., Kirandhis, A. O., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (n.d.). *Strategi Pengembangan Bisnis Digital UMKM Melalui E-Commerce*. Retrieved May 6, 2024, from <https://www.ejournal-rmg.org/index.php/EBMJ/article/view/191>
- Armiani, & Nursansiwu, D. A. (2023). Peran Teknologi Digital Memediasi Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja UMKM di Nusa Tenggara Barat. *Digital Transformation Technology*, 3(1), 163–173. <https://doi.org/10.47709/DIGITECH.V3I1.2604>
- Endratama, A. A., & Wulandari, I. (2023). Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Rintisan di Sektor Industri Rumah Tangga. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 4(2), 51–58. <https://doi.org/10.47065/JRESPRO.V4I2.4550>
- Gustini, G., Azuwandri, A., Susanto, Y., Putri, S., & Faridah, F. (2024). Pelatihan Penggunaan Digital Marketing (E-Commerce) Untuk UMKM Jamur Tiram Berbasis Digital Di Desa Kelindang Atas Kecamatan Merigi Kelindang Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Semarak Mengabdi*, 3(1), 21–26. <https://doi.org/10.56135/JSM.V3I1.153>
- Hakim, L. (2019). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Marketplace Bagi UMKM Dalam Merespon Perubahan Perilaku Konsumen. *LOYALITAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 74–91. <https://doi.org/10.30739/LOYAL.V2I1.353>

Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum

Vol 5, No 2, November 2024, Page 111–117

ISSN 2723-1674 (Media Online)

DOI 10.47065/jrespro.v5i2.6348

<https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jrespro>

- Huda, N., Istiawan, D., Mahiruna, A., Sulistijanti, W., & Wijayaningrum, T. N. (2023). Pelatihan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Kemampuan Desain Grafis Anggota Perhimpunan Human Resources Development Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Intimas (Jurnal INTIMAS): Inovasi Teknologi Informasi Dan Komputer Untuk Masyarakat*, 3(2), 37–45. <https://doi.org/10.35315/INTIMAS.V3I2.9337>
- Marsehan, A., & Nopalia, N. (2023). Pendampingan Keterampilan Desain Grafis dan Multimedia bagi Siswa SMP Negeri 04 Kota Lubuklinggau melalui Aplikasi Canva. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 4(2), 129–133. <https://doi.org/10.47065/JRESPRO.V4I2.4609>
- Natasyah, N., & Nasution, M. I. P. (2023). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(11), 21–30. <https://doi.org/10.3785/KOHESI.V1I11.1155>
- Nurmalina, N., Rahila, C. D. I., Surbakti, A. H., Wahyuningsih, S. K., & Batubara, M. H. (2022). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva Sebagai Upaya Meningkatkan Kemampuan Literasi Digital Mahasiswa. *JPMA - Jurnal Pengabdian Masyarakat As-Salam*, 2(2), 48–53. <https://doi.org/10.37249/JPMA.V2I2.532>
- Praditya, R. A. (2024). Linking The Role of Digital Marketing and E-Commerce on Performance Marketing. *UJoST- Universal Journal of Science and Technology*, 3(2), 7–12. <https://doi.org/10.11111/UJOST.V3I2.149>
- Putra, R., Sulaeman, L. R., Nurali, N., Padang, E., & Tarmuji, T. (2023). Strategi Membuat Iklan Yang Efektif Untuk Mendatangkan Pelanggan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(10), 6755–6764. <https://doi.org/10.53625/JABDI.V2I10.5206>
- Riesty Utami, K., Kadek Yuliandari, N., Nilawati, W., Fahrurrozi, M., In Lia Amalia Qory, H., Cattleyana, D., Asyriana, S., & Rahman Hakim, A. (2023). Pendampingan Dan Penyuluhan Sumber Daya Manusia Berbasis Pelatihan Sistem Informasi Keuangan Dan → Digital Marketing (E-Commerce) Dalam Meningkatkan Penjualan Ekonomi Kreatif Di Desa Bulusari, Banyuwangi. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 4(2), 369–380. <https://doi.org/10.38048/JAILCB.V4I2.1674>
- Royan, F. A., Nazwa, M., Nurfadiah, S. A., Aprilia, S., Fazira, W., & Riofita, H. (2024). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Era Digital Pada E-Commerce Di Kota Pekanbaru. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(5), 801–808. <https://doi.org/10.54443/SINOMIKA.V2I5.1771>
- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96. <https://doi.org/10.21107/PANGABDHI.V6I2.7809>
- Suharto, A., Subariah, R., & Farizy, S. (2022). Pelatihan Dan Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Desain Grafis Pada Siswa SMK Saradan Tajur Halang Bogor. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(3), 338–342. <https://doi.org/10.53769/JAI.V2I3.296>
- Sutrisno, S., Ifat, E., LSP, F., Iman, M. F., Arifin, M. J., & Rahmawati, I. D. (2024). Peran Pemasaran Digital dan E-Commerce terhadap Performance Marketing pada Usaha oleh-oleh Khas Sidoarjo. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 2563–2573. <https://doi.org/10.37385/MSEJ.V5I1.4332>
- Widya Astuti, A., Muharam, A., Siber Cerdika Internasional, P., & Swadaya Gunung Jati, U. (2023). Perkembangan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), 2787–2792. <https://doi.org/10.58344/JMI.V2I9.554>