Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum
Vol 5, No 3, Maret 2025, Page 141−146
ISSN 2723-1674 (Media Online)
DOI 10.47065/jrespro.v5i3.7212
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jrespro

Dampak Pelatian Membangun Skill dan Kreatifitas Desain Grafis pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Era Digital 4.0

Guidio Leonarde Ginting[1,*], Natalia Silalahi[2]

[1] Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia
[2] Ilmu Pendidikan, Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia
Email: [1,*]guidio.leonard626@gmail.com, [2]natalia.novena.silalahi@gmail.com
(* : coressponding author)

Abstrak− Desa Punden Rejo, yang terletak di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, memiliki potensi ekonomi yang signifikan untuk pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena lokasinya yang strategis di jalur transportasi utama Sumatera Utara. Namun, mayoritas pelaku UMKM di desa ini menghadapi kendala dalam adaptasi teknologi digital, terutama dalam pemasaran dan branding produk yang menjadi kebutuhan vital di era digital 4.0. Salah satu tantangan utama adalah minimnya keterampilan desain grafis, elemen penting untuk menarik minat konsumen melalui kemasan produk dan materi promosi yang profesional. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan desain grafis pelaku UMKM di Desa Punden Rejo melalui pelatihan menggunakan aplikasi Adobe Express. Kegiatan ini melibatkan 30 pelaku UMKM setempat sebagai mitra. Metode pelaksanaan mencakup analisis situasi melalui wawancara dan observasi, pengembangan modul pelatihan, serta pelaksanaan workshop praktis di Balai Desa Punden Rejo. Program pelatihan meliputi pengenalan dasar desain grafis, praktik langsung pembuatan desain kemasan produk, banner digital, dan poster promosi menggunakan Adobe Express. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan desain grafis peserta, yang tercermin dari kemampuan mereka menghasilkan desain yang menarik dan tepat sasaran. Tantangan berupa keterbatasan perangkat dan konektivitas internet dapat diatasi melalui pendekatan pendampingan intensif. Penggunaan Adobe Express terbukti efektif sebagai solusi desain grafis untuk pemula, mendukung kreativitas para pelaku UMKM dalam menghasilkan desain yang kompetitif untuk pasar digital. Pelatihan ini diharapkan mendorong keberlanjutan transformasi digital UMKM di Desa Punden Rejo.

Kata Kunci: Membangun Skill; Kreatifitas; Design Grafis; Era Digital; 4.0

Abstract− *Punden Rejo Village, located in Tanjung Morawa District, Deli Serdang Regency, possesses significant economic potential for the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) due to its strategic location along North Sumatra's main transportation routes. However, the majority of MSME operators in this village face constraints in adapting to digital technology, particularly in marketing and product branding, which have become vital necessities in the digital 4.0 era. One of the primary challenges is the limited graphic design skills, an essential element for attracting consumer interest through professional product packaging and promotional materials. This community service initiative aims to enhance the graphic design capabilities of MSME operators in Punden Rejo Village through training using Adobe Express application. The activity involved 30 local MSME operators as partners. The implementation methods included situation analysis through interviews and observations, development of training modules, and practical workshops conducted at the Punden Rejo Village Hall. The training program covered basic graphic design introduction, hands-on practice in creating product packaging designs, digital banners, and promotional posters using Adobe Express. The training results demonstrated a significant improvement in participants' understanding and graphic design skills, reflected in their ability to produce attractive and targeted designs. Challenges related to device limitations and internet connectivity were addressed through an intensive mentoring approach. The use of Adobe Express proved effective as a graphic design solution for beginners, supporting the creativity of MSME operators in producing competitive designs for the digital market. This training is expected to encourage the sustainable digital transformation of MSMEs in Punden Rejo Village.*

Keywords: Building Skills; Creativity; Graphic Design; Digital Era; 4.0

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Sektor UMKM telah terbukti menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dengan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), sektor ini menyumbang lebih dari 60% PDB nasional dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja Indonesia. Ketahanan UMKM juga telah teruji saat menghadapi berbagai krisis ekonomi, termasuk pandemi COVID-19 (Redy Susanto & Pratiwi, 2023). Namun demikian, UMKM masih menghadapi beragam tantangan dalam pengembangan usahanya, terutama terkait akses terhadap teknologi, kapasitas produksi, pengemasan produk, dan strategi pemasaran yang kompetitif (Putri & Widadi, 2024).

Fenomena transformasi digital yang semakin pesat dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah lanskap persaingan usaha secara fundamental. Era Industri 4.0 dan pandemi COVID-19 mempercepat adopsi teknologi digital dalam berbagai aspek bisnis, termasuk produksi, distribusi, dan pemasaran (Nuril Esti Khomariah & Puteri Noraisya Primandari, 2021) . Pelaku usaha yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan ini berisiko tertinggal dan kehilangan pangsa pasar. Laporan terbaru dari Bank Dunia menunjukkan bahwa kesenjangan digital (digital divide) antara usaha besar dan UMKM di negara berkembang semakin melebar, dengan lebih dari 65% UMKM di Indonesia masih mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi digital untuk pengembangan usaha mereka (Jayanthi & Dinaseviani, 2022).

Desa Punden Rejo terletak di Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Dengan luas wilayah sekitar 320 hektar dan populasi sekitar 6.500 jiwa desa ini menempati posisi strategis pada jalur transportasi utama yang menghubungkan Kota Medan dengan kawasan industri Tanjung Morawa. Keuntungan lokasi tersebut menciptakan peluang signifikan bagi penduduk setempat untuk mengembangkan berbagai usaha, terutama di sektor UMKM. Berdasarkan

Copyright © 2023 the author, Page 141
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum
Vol 5, No 3, Maret 2025, Page 141−146
ISSN 2723-1674 (Media Online)
DOI 10.47065/jrespro.v5i3.7212
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jrespro

pendataan terbaru, Desa Punden Rejo memiliki beragam jenis UMKM dengan dominasi pada sektor kuliner, kerajinan tangan, dan pertanian. Para pelaku UMKM di desa ini telah menjalankan usahanya secara tradisional dan mengandalkan jaringan pemasaran konvensional. Potensi pasar yang dimiliki cukup besar mengingat lokasi desa yang berada di jalur ekonomi strategis, namun sebagian besar pelaku UMKM belum mampu mengoptimalkan peluang tersebut karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam strategi pemasaran modern.

Survei pendahuluan yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat pada Februari 2024 mengidentifikasi beberapa permasalahan krusial yang dihadapi oleh UMKM di Desa Punden Rejo. Dari 45 pelaku UMKM yang disurvei, 78% mengakui mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, 82% belum memiliki identitas visual yang konsisten untuk produk mereka, dan 91% belum memanfaatkan platform digital untuk pemasaran secara optimal. Lebih mengkhawatirkan lagi, 87% pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan dalam dua tahun terakhir akibat persaingan dengan produk dari luar daerah yang memiliki strategi pemasaran lebih modern dan menarik.

Dalam konteks persaingan pasar saat ini, presentasi visual produk memegang peranan krusial dalam keputusan pembelian konsumen. Studi terbaru mengungkapkan bahwa 73% konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan daya tarik visual kemasan dan materi promosi, terutama pada pembelian pertama (Sifa Novianti et al., 2024). Sementara itu, penelitian oleh (Widodo et al., 2024) menunjukkan bahwa produk UMKM lokal dengan kemasan dan branding yang baik mengalami peningkatan penjualan hingga 45% dibandingkan produk serupa dengan kemasan sederhana.

Kesenjangan keterampilan digital, khususnya dalam desain grafis, menjadi hambatan signifikan bagi pelaku UMKM di Desa Punden Rejo untuk berkompetisi di pasar modern. Mayoritas pelaku UMKM tidak memiliki sumber daya untuk mempekerjakan desainer profesional, sementara jasa desain komersial seringkali berada di luar jangkauan finansial mereka (Banjarnahor et al., 2022). Kondisi ini menciptakan lingkaran permasalahan dimana produk berkualitas baik tidak mampu bersaing di pasar karena keterbatasan dalam presentasi visual dan strategi pemasaran (Rusmadi, 2016).

Masalah ini semakin mendesak mengingat penetrasi e-commerce dan media sosial yang semakin intensif dalam lanskap pemasaran saat ini. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (2023) menunjukkan peningkatan transaksi e-commerce sebesar 31% pada tahun 2023 (Hardianti et al., n.d.), dengan proyeksi pertumbuhan berlanjut pada tahun-tahun mendatang. Pelaku UMKM yang tidak mampu menyajikan produk mereka secara menarik dalam platform digital akan semakin tertinggal dari kompetisi (Saragih & Sembiring, 2023).

Pelatihan desain grafis untuk pelaku UMKM telah terbukti efektif dalam mengatasi kesenjangan ini, sebagaimana ditunjukkan oleh berbagai program pengabdian masyarakat sebelumnya. Saputra (2024) melaporkan peningkatan signifikan dalam kualitas presentasi produk dan perluasan jangkauan pasar setelah para pelaku UMKM menguasai keterampilan dasar desain grafis (Saputra et al., 2024). Sementara itu, Yuanida et al. (2024) menemukan bahwa pengenalan aplikasi desain grafis yang mudah digunakan seperti Canva dan Adobe Express telah membuka akses bagi pelaku UMKM untuk menciptakan materi pemasaran yang profesional tanpa memerlukan keahlian khusus di bidang desain (Yuanida et al., 2024).

Berdasarkan urgensi permasalahan tersebut, tim pelaksana pengabdian masyarakat merancang program pelatihan desain grafis komprehensif yang bertujuan meningkatkan keterampilan digital para pelaku UMKM di Desa Punden Rejo. Program ini tidak hanya akan memfokuskan pada aspek teknis penggunaan aplikasi desain, tetapi juga pada pemahaman prinsip-prinsip dasar desain visual, strategi branding, dan integrasi desain ke dalam keseluruhan strategi pemasaran digital (Choirina et al., 2022).

Melalui program pelatihan ini, diharapkan para pelaku UMKM di Desa Punden Rejo dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif, memperluas jangkauan pemasaran, dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa. Keberhasilan program ini berpotensi menjadi model yang dapat direplikasi di desa-desa lain dengan karakteristik dan permasalahan serupa, sehingga memberikan dampak positif yang lebih luas terhadap pengembangan UMKM di tingkat regional (Azis & Safitri, 2024).

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan melakukan pelatihan desain grafis menggunakan Adobe Express untuk UMKM di era digital 4.0 dilaksanakan pada tanggal 15 Maret 2025 bertempat di Balai Desa Punden Rejo, Jl. Pendidikan, Desa Punden Rejo, Kec. Tanjung Morawa, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat terdiri dari beberapa tahapan kegiatan yang mencakup kegiatan utama, di mana masing-masing kegiatan utama memiliki rincian aktivitas tertentu, yaitu:

a. Tahap pertama, tim pelaksana mengirimkan surat permohonan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Setelah surat tersebut disetujui, tim melakukan kunjungan ke kantor kepala Desa Punden Rejo untuk melakukan wawancara dan observasi awal.
b. Tahap kedua, tim pelaksana melakukan wawancara dan observasi lapangan terhadap pelaku UMKM yang berada di Desa Punden Rejo. Tahap ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan spesifik yang dialami oleh pelaku UMKM setempat terkait pemasaran digital.
c. Tahap ketiga, tim pelaksana bersama dengan Kepala Desa menyusun dan menetapkan jadwal kegiatan pengabdian kepada masyarakat, termasuk alokasi waktu, tempat, dan fasilitas pendukung.
d. Tahap keempat, tim pelaksana melakukan persiapan untuk kegiatan pengabdian masyarakat dengan menyusun modul pembelajaran yang akan diberikan kepada peserta kegiatan. Modul ini mencakup materi dasar desain grafis dan tutorial penggunaan Adobe Express.

Copyright © 2023 the author, Page 142
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum
Vol 5, No 3, Maret 2025, Page 141−146
ISSN 2723-1674 (Media Online)
DOI 10.47065/jrespro.v5i3.7212
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jrespro

e. Tahap kelima, tim pelaksana melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan desain grafis menggunakan Adobe Express untuk UMKM di era digital 4.0. Pelatihan mencakup teori dan praktik langsung.
f. Tahap keenam, setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, tim pelaksana menyusun laporan kegiatan yang mencakup evaluasi pelaksanaan dan rekomendasi untuk keberlanjutan program.

2.2 Pemanfaatan Adobe Express

Adobe Express (sebelumnya dikenal sebagai Adobe Spark) merupakan platform desain grafis online yang dikembangkan oleh Adobe Inc. sebagai solusi untuk memudahkan pembuatan konten visual bagi pengguna tanpa keahlian desain profesional. Menurut Erwin (2023), Adobe Express menawarkan antarmuka pengguna yang intuitif dan berbagai template siap pakai yang memudahkan pelaku UMKM dalam membuat desain pemasaran yang menarik secara visual (Erwin et al., 2023).

Sejak diperkenalkan dalam bentuk terbarunya pada tahun 2021, Adobe Express telah menjadi alternatif yang populer di samping aplikasi desain grafis lainnya seperti Canva. Perwira (2022) dalam penelitiannya menemukan bahwa Adobe Express memiliki keunggulan dalam hal integrasi dengan ekosistem Adobe Creative Cloud, yang memungkinkan pengguna untuk mengakses perpustakaan stok foto, font, dan elemen desain berkualitas tinggi dari Adobe Stock (Prawira et al., 2022).

Adobe Express menawarkan berbagai fitur yang relevan dengan kebutuhan UMKM dalam era digital. Menurut studi yang dilakukan oleh (Ayuningtyas et al., 2024) , platform ini memiliki tiga komponen utama yang sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM:

a. **Adobe Express Editor**: Memungkinkan pembuatan desain grafis seperti poster, logo, dan konten media sosial dengan cepat.
b. **Adobe Express Video**: Fasilitas untuk membuat dan mengedit video pendek yang ideal untuk konten pemasaran digital.
c. **Adobe Express Page**: Fitur untuk membuat halaman web sederhana yang dapat berfungsi sebagai landing page produk.

Jauhari (2022) dalam studinya tentang adopsi teknologi digital oleh UMKM menemukan bahwa kemudahan penggunaan Adobe Express menjadi faktor penting yang mendorong pelaku usaha kecil untuk mengadopsi alat desain ini. Penelitian tersebut juga mencatat bahwa fitur kolaborasi yang disediakan oleh Adobe Express memungkinkan tim kecil untuk bekerja bersama dalam mengembangkan konten pemasaran yang konsisten (Jauhari et al., 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penjelasan Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat tersebut dilaksanakan di Desa Punden Rejo dengan dihadiri oleh Kepala Desa beserta perangkat desa dan 30 pelaku UMKM sebagai peserta pelatihan. Kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahap:

a. **Sosialisasi dan Pengantar Desain Grafis**: Para pelaku UMKM diberikan pemahaman dasar tentang konsep desain grafis, pentingnya visual branding, dan elemen-elemen penting dalam identitas visual merek (logo, warna, tipografi) untuk meningkatkan daya saing produk mereka di era digital 4.0.
b. **Pelatihan Teknis**: Meliputi pengenalan platform Adobe Express, mulai dari cara mendaftar, mengakses dashboard, hingga membuat desain baru. Peserta dilatih membuat logo, konten media sosial (Instagram Post dan Story), kartu nama digital, brosur elektronik, presentasi bisnis visual, serta banner website dan header email marketing.
c. **Pendampingan Praktis**: Para peserta didampingi dalam praktik langsung membuat desain untuk produk mereka dengan metode learning by doing. Fasilitator memberikan bimbingan one-on-one kepada peserta yang mengalami kesulitan selama proses pembuatan desain.
d. **Monitoring dan Evaluasi**: Setelah pelatihan, dilakukan monitoring untuk memastikan peserta dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh dan memberikan evaluasi untuk perbaikan lebih lanjut. Evaluasi dilakukan melalui penilaian hasil karya desain dan pengukuran peningkatan pengetahuan serta keterampilan peserta.

Tingkat partisipasi mitra dalam kegiatan tersebut sangat tinggi dengan kehadiran 30 pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha di Desa Punden Rejo. Dari total peserta, 65% merupakan UMKM bidang kuliner, 20% bidang kerajinan, dan 15% bidang fashion. Partisipasi aktif ditunjukkan melalui:

a. Kehadiran penuh selama 8 jam sesi pelatihan
b. Keterlibatan dalam diskusi dan tanya jawab
c. Penyelesaian tugas praktik pembuatan desain
d. Kesediaan menjadi subjek evaluasi pre-test dan post-test

Copyright © 2023 the author, Page 143
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum
Vol 5, No 3, Maret 2025, Page 141−146
ISSN 2723-1674 (Media Online)
DOI 10.47065/jrespro.v5i3.7212
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jrespro

e. Komitmen untuk menerapkan hasil pelatihan dalam usaha mereka

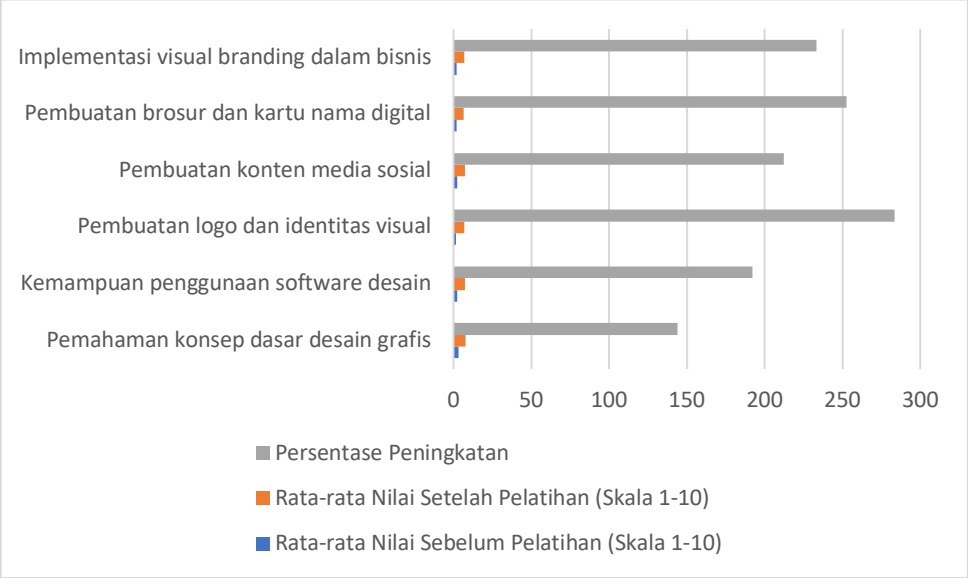
3.2 Luaran dan Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian tersebut menghasilkan beberapa luaran yang bermanfaat bagi mitra, antara lain:
a. Modul pelatihan desain grafis untuk UMKM yang dapat digunakan sebagai panduan mandiri
b. Portfolio desain dari setiap peserta yang terdiri dari logo, konten media sosial, dan brosur digital
c. Akun Adobe Express untuk setiap peserta yang dapat digunakan secara berkelanjutan
d. Grup komunitas online untuk konsultasi lanjutan dan berbagi pengetahuan

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan peserta sebelum dan setelah pelatihan, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1 dan Gambar 1 berikut:

Tabel 1. Perbandingan Kemampuan Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan

No	Aspek Penilaian	Rata-rata Nilai Sebelum Pelatihan (Skala 1-10)	Rata-rata Nilai Setelah Pelatihan (Skala 1-10)	Persentase Peningkatan
1	Pemahaman konsep dasar desain grafis	03.02	07.08	143.8%
2	Kemampuan penggunaan software desain	02.05	07.03	192.0%
3	Pembuatan logo dan identitas visual	01.08	06.09	283.3%
4	Pembuatan konten media sosial	02.04	07.05	212.5%
5	Pembuatan brosur dan kartu nama digital	01.09	06.07	252.6%
6	Implementasi visual branding dalam bisnis	02.01	07.00	233.3%



Gambar 1. Grafik Peningkatan Kemampuan Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan

3.3 Analisis dampak dan tantangan

Dampak positif yang terlihat langsung dari kegiatan pelatihan tersebut adalah peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya desain visual dalam strategi pemasaran produk. Sebelum pelatihan, mayoritas peserta menganggap desain grafis sebagai aspek sekunder yang memerlukan keahlian khusus dan biaya tinggi. Setelah mengikuti pelatihan, peserta menyadari bahwa dengan bantuan aplikasi Adobe Express, mereka dapat menghasilkan desain profesional secara mandiri dan efisien. Dalam jangka pendek, program ini telah memberikan dampak signifikan bagi para pelaku UMKM di Desa Punden Rejo, yaitu:
a. Peningkatan kualitas visual produk dan kemasan UMKM yang terlihat lebih profesional
b. Penghematan biaya untuk jasa desainer eksternal yang sebelumnya menjadi kendala bagi UMKM
c. Peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam mempromosikan produk mereka di media digital
d. Perluasan jangkauan pemasaran melalui konten media sosial yang lebih menarik dan profesional

Copyright © 2023 the author, Page 144
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum
Vol 5, No 3, Maret 2025, Page 141−146
ISSN 2723-1674 (Media Online)
DOI 10.47065/jrespro.v5i3.7212
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jrespro

Beberapa tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan pelatihan meliputi:

a. Variasi tingkat literasi digital di antara peserta, di mana beberapa peserta masih asing dengan penggunaan perangkat digital untuk desain grafis
b. Keterbatasan perangkat yang digunakan, dengan sebagian peserta menggunakan laptop sementara lainnya menggunakan smartphone
c. Konektivitas internet yang tidak stabil di beberapa titik selama pelatihan
d. Kebutuhan desain yang sangat beragam sesuai dengan jenis produk UMKM yang berbeda-beda

Untuk mengatasi tantangan tersebut, tim pelaksana menerapkan pendekatan sebagai berikut:

a. Pendampingan intensif dan personalisasi arahan sesuai dengan tingkat pemahaman masing-masing peserta
b. Penyesuaian tutorial untuk mengakomodasi penggunaan baik pada laptop maupun smartphone
c. Menyediakan modul offline yang dapat diakses saat koneksi internet mengalami gangguan
d. Membagi peserta ke dalam kelompok kecil berdasarkan kesamaan jenis produk untuk memfasilitasi diskusi yang lebih terarah

4. KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan desain grafis menggunakan Adobe Express untuk UMKM di era digital 4.0 menunjukkan keberhasilan yang signifikan. Setiap peserta telah menunjukkan pemahaman yang baik terhadap konsep dasar desain grafis dan mampu mengaplikasikannya dalam pembuatan logo, identitas visual merek, konten media sosial, kartu nama digital, dan materi promosi lainnya. Hal ini terlihat dari hasil desain yang telah dibuat oleh peserta, yang menunjukkan peningkatan kualitas visual dibandingkan dengan materi promosi yang mereka gunakan sebelumnya. Pelatihan telah berhasil menciptakan lingkungan kolaboratif antar peserta, di mana mereka dapat saling berbagi ide dan memberikan masukan terhadap karya satu sama lain. Pembagian peserta ke dalam kelompok berdasarkan jenis usaha terbukti efektif dalam memfasilitasi diskusi yang lebih fokus dan relevan dengan kebutuhan spesifik masing-masing sektor usaha. Penggunaan pendekatan kelompok ini juga membantu mengatasi kesenjangan keterampilan digital di antara peserta. Tantangan yang dihadapi selama proses kegiatan seperti perbedaan perangkat dan konektivitas internet berhasil diatasi melalui pendekatan adaptif dan pendampingan intensif. Hal ini menunjukkan bahwa dengan strategi pelatihan yang tepat, kesenjangan digital dapat diminimalisir dan aksesibilitas teknologi desain grafis dapat ditingkatkan bagi berbagai lapisan masyarakat. Sebagai tindak lanjut, disarankan untuk melaksanakan program pendampingan berkala untuk memantau implementasi keterampilan desain grafis dalam aktivitas pemasaran UMKM di Desa Punden Rejo. Selain itu, pelatihan lanjutan dengan fokus pada aspek spesifik seperti fotografi produk, strategi konten media sosial, dan optimalisasi kehadaran digital untuk e-commerce akan sangat bermanfaat untuk melengkapi keterampilan digital pelaku UMKM secara komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Ayuningtyas, A., Suhandiah, S., Sudarmaningtyas, P., & Lebdaningrum, K. (2024). Analisis Faktor Teknologi dan Organisasi dalam Adopsi Aplikasi Penjualan dan Pembayaran oleh UMKM. *Jurnal Eksplora Informatika*, *13*, 234–244. https://doi.org/10.30864/eksplora.v13i2.1091

Azis, M. S., & Safitri, J. E. (2024). Pelatihan Pembuatan Logo Kreatif untuk Produk UMKM Menggunakan Canva. *Universitas Nusa Mandiri Jl. Raya Jatiwaringin*, *3*(2). https://jurnalilmiah.id/index.php/abdimas

Banjarnahor, A., Hariningsih, E., Mathory, E., Yudistara, W., Fuadi, Muliana, Handiman, U., Elistia, Sisca, S., Rimbano, D., Jatiningrum, Assoc. Prof. C., Simarmata, J., Mardia, Purba, B., Fandeli, H., Muadzah, & SN, A. (2022). *Teknologi Digital Kewirausahaan dan UMKM*.

Choirina, P., Rohman, M., Tjiptady, B. C., Darajat, P. P., Fadliana, A., & Wahyudi, F. (2022). Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *Indonesian Community Journal*, *2*(1), 8–16.

Erwin, E., Subagja, A., Masliardi, A., & Hansopaheluwakan, S. (2023). *BISNIS DIGITAL (Strategi dan Teknik Pemasaran Terkini)*.

Hardianti, R. A., Permatasari, I., Ratih,) ;, & Wahyuni, N. (n.d.). *Paradigma Cashless Society Dan E-Commerce Di Indonesia, Keberhasilan Pemulihan Ekonomi Atau Euforia?* (Vol. 2, Issue 1).

Jauhari, A., Najib, M., & Aminah, M. (2022). Perilaku Adopsi E-Commerce Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan dan Minuman di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, *13*(4), 336–350. https://doi.org/10.29244/jmo.v13i4.37567

Jayanthi, R., & Dinaseviani, A. (2022). Kesenjangan Digital dan Solusi yang Diterapkan di Indonesia Selama Pandemi COVID-19. *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, *24*(2), 187–200. https://doi.org/10.17933/iptekkom.24.2.2022.187-200

Copyright © 2023 the author, Page 145
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Vol 5, No 3, Maret 2025, Page 141–146
ISSN 2723-1674 (Media Online)
DOI 10.47065/jrespro.v5i3.7212
https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jrespro

Nuril Esti Khomariah, & Puteri Noraisya Primandari. (2021). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Pelaku Usaha Toko Ikan "Sub Aquatic" Sebagai Strategi Digital Marketing. *Bernas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(3), 795–801. https://doi.org/10.31949/jb.v2i3.1393

Prawira, N., Johari, A., Hikmatyar, A., & Widaningsih, F. (2022). Pengembangan Desa Wisata Budaya Puncak Wangun Pasirmulya Kabupaten Bandung Melalui Perancangan Brand Identity dan Media Promosi Digital. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik Dan Pengabdian Masyarakat)*, *6*, 5. https://doi.org/10.36339/je.v6i2.617

Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *2*(4), 180–189. https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i4.1113

Redy Susanto, E., & Pratiwi, D. (2023). Pelatihan Desain Grafis Untuk Guru Menggunakan Canva. *JEIT-CS*, *2*(2), 168–173. https://doi.org/10.33365/jeit-cs.v2i1.305

Rusmadi, R. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Modern*. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:191630731

Saputra, D. A., prima Desweni, S., Mahfuzoh, A., Muslihin, A., Dahlia, R. F., Indriantika, V., Ramadhani, A. R., Dilla, D., & Rakha, M. (2024). Peningkatan Mutu Umkm Melalui Pelatihan Desain Grafis Dan Digital Marketing Di Kelurahan Batupanjang. *Multidisciplinary Indonesian Center Journal (MICJO)*. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:271386747

Sifa Novianti, Gian Fitralisma, & Ellin Herlina. (2024). Pengaruh Desain Keamasan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Home Industry Snack 324. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, *3*(4), 315–327. https://doi.org/10.55123/mamen.v3i4.4216

Widodo, A., Susanty, A. I., Pangarso, A., Yusiana, R., Aziz, F., Program,), Bisnis, S. A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2024). Branding Dan Desain Ulang Kemasan Produk Umkm Pada Komunitas Umkm Desa Lengkong. *Communnity Development Journal*, *5*(2), 2815–2820.

Yuanida, N., Putri, A. A., Widya, U., Semarang, H., Gressi, R., & Sari, M. (2024). *Rolly Nonemnanu Novita Sabila Ramadhani Pinkan Duan Tirani*. *1*(4), 529–531. https://doi.org/10.61722/jaem.v1i4.3547

Copyright © 2023 the author, Page 146
This Journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License