

OPTIMASI PEMASARAN PRODUK PANGAN LOKAL MELALUI PELATIHAN TEKNOLOGI BERBASIS WEB DI CV TOTALINDO GEMILANG

R Hafid Hardyanto^[1], Rosmauli Jerimia Fitriani^[2], Hasti Hasanati Marfuah^[3], Yulia Venti Yoanita^[4]

^[1]Program Studi Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Yogyakarta

^[2]Program Studi Gizi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Yogyakarta

^[3]Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Yogyakarta

^[4]Program Studi Pendidikan Vokasional Teknologi Otomotif, Fakultas Sains dan Teknologi,
Universitas PGRI Yogyakarta

^[1]hafid@upy.ac.id*, ^[2]rosmaulijf@upy.ac.id, ^[3]hasti@upy.ac.id, ^[4]yventiyoanita@upy.ac.id

*Corresponding Author

Informasi Artikel:

Submitted :

30/Mei/2024

Revised :

28/Juli/2024

Accepted :

07/Agustus/2024

Published :

10/Agustus/2024

Abstract

Local food small and medium industries (SMIs) in Indonesia have great potential to grow, one of which is CV Totalindo Gemilang. CV Totalindo Gemilang is a business engaged in the production of traditional drinks made from spices or empon-empon. CV Totalindo Gemilang has great potential to grow in Indonesia but is still constrained in the marketing aspect. Currently, marketing is still done conventionally. Lack of knowledge and skills in utilizing information and communication technology (ICT) is one of the inhibiting factors. The solution to this problem is to conduct web-based technology training to optimize the marketing of local food products at CV Totalindo Gemilang. The training used lectures, demonstration, and hands-on methods. The participants were trained to create and post articles on beverage product promotion through CV Totalindo Gemilang's web site. In this training, participants managed an online store, and built website interactions to promote their products. The results of the training showed that the participants have better knowledge and skills in utilizing web technology, especially in managing the CV Totalindo Gemilang web site. They can manage the online store, fill in articles, and fill in the products marketed on the website.

Abstrak

Industri kecil menengah (IKM) pangan lokal di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang, salah satunya adalah CV Totalindo Gemilang. CV Totalindo Gemilang merupakan usaha yang bergerak di bidang produksi minuman tradisional berbahan akar rempah atau empon-empon. CV Totalindo Gemilang memiliki potensi besar untuk berkembang di Indonesia, namun masih terkendala dalam aspek pemasaran. Saat ini pemasaran masih dilakukan secara konvensional. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menjadi salah satu faktor penghambat. Solusi dari permasalahan tersebut adalah dilakukan pelatihan teknologi berbasis web untuk mengoptimalkan pemasaran produk pangan lokal di CV Totalindo Gemilang. Pelatihan ini menggunakan metode ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung. Para peserta dilatih untuk membuat dan memposting artikel tentang promosi produk minuman

melalui web site CV Totalindo Gemilang. Dalam pelatihan ini peserta mengelola toko online, dan membangun interaksi website untuk mempromosikan produk mereka. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa para peserta memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam memanfaatkan teknologi web, terutama dalam pengelolaan web site CV Totalindo Gemilang. Mereka mampu mengelola toko online, mengisi artikel, dan mengisi produk yang dipasarkan di website.

Kata Kunci: Website, E-Commerce, Pelatihan Digital, Toko Online, Industri Kecil.

1. PENDAHULUAN

Di era digital ini, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah menjadi alat penting untuk meningkatkan berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang bisnis. Industri pangan lokal, yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, juga dapat memanfaatkan TIK untuk mengoptimalkan pemasaran produknya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), industri makanan dan minuman meningkat dari tahun 2020 sampai tahun 2023 (Badan Pusat Statistik, 2022). Peluang industri minuman lokal untuk berkembang juga terbuka lebar (Anisah Salsabila Nasution et al., 2022). Perkembangan teknologi yang sangat cepat merubah paradigma pemasaran dari konvensional menjadi digital. Pemanfaatan teknologi khususnya teknologi internet sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja, baik pemasaran maupun produksi. Peningkatan produksi industri pangan lokal sangat dipengaruhi oleh teknologi digital. (Angelia & Gultom, 2020). Indonesia yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah, menjadikan Indonesia kaya akan bahan alam, termasuk berbagai jenis produk minuman lokal. Banyak industri pangan lokal yang kesulitan bersaing di pasar yang semakin kompetitif, salah satu faktor utama yang menyebabkan hal ini adalah kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk (Musyawarah & Idayanti, 2022). Peningkatan kapasitas SDM untuk menunjang kinerja yang baik juga diperlukan guna pengembangan sebuah organisasi (Ardhianto et al., 2022).

CV Totalindo Gemilang yang terletak di komplek Balai Desa Paremono, Jl Krapyak 01/01, Krapyak, Paremono, Mungkid Magelang, merupakan sebuah unit usaha yang bergerak di bidang pengolahan dan pemasaran produk minuman lokal. CV Totalindo Gemilang sejak 2012 didirikan oleh Itur Yuliasdik telah memproduksi 20 lebih jenis minuman tradisional yang berbahan baku dari empon-empon, dan berkembang terus dengan berinovasi dengan berbagai bahan rempah. Permasalahan yang dihadapi oleh CV Totalindo Gemilang adalah pemasaran produk yang masih menggunakan teknik konvensional, yaitu baru dari mulut ke mulut, pintu ke pintu, sehingga pemasaran belum menyentuh ke pelosok negeri. CV Totalindo Gemilang menyadari pentingnya peranan teknologi internet dalam meningkatkan daya saingnya. Selama ini pemasaran yang dilakukan oleh CV Totalindo Gemilang belum memanfaatkan teknologi internet. Diharapkan dengan teknologi internet yang tadinya promosi dilakukan tanpa ada penyajian informasi visual dapat dilakukan setelah mempunyai website. Sangat penting dalam menyampaikan pesan secara efektif, sehingga diperlukan pelatihan dalam mempromosikan sebuah produk. Informasi visual memiliki kekuatan untuk menyampaikan ide, data, dan konsep secara cepat, menarik, sehingga solusi untuk mempromosikan sebuah produk dapat menggunakan penyajian informasi berupa foto diwebsite (Christian et al., 2024), (Farman, 2024).

Berdasarkan masalah tersebut, tim pengabdian ingin memberikan solusi, agar strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV Totalindo Gemilang dapat menjangkau seluruh Indonesia dengan biaya yang murah. Solusi yang ditawarkan adalah mengadakan pelatihan teknologi berbasis web bagi para karyawan CV Totalindo Gemilang. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam menggunakan berbagai platform digital untuk memasarkan produk minuman lokal yang diproduksi. Diharapkan setelah pelatihan ini selesai dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam menggunakan TIK untuk pemasaran, meningkatkan daya saing perusahaan di pasar digital, menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan penjualan produk pangan lokal.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran produk pangan lokal di CV Totalindo Gemilang melalui pelatihan teknologi berbasis web. Kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melakukan pelatihan kepada karyawan CV Totalindo Gemilang dengan memberikan materi berupa pandalaman materi internet dan website. Kegiatan Pengabdian ini dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu tahap analisa kebutuhan, tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Secara bagan, metode dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.



GAMBAR 1. TAHAPAN PENGABDIAN DI CV TOTALINDO GEMILANG

Pada tahap Analisa kebutuhan, pengabdi melakukan survei lapangan di CV Totalindo Gemilang. Pada tahap ini pengabdi juga melakukan wawancara terhadap Itur Yulastik, selaku pemilik CV Totalindo Gemilang. Pada tahap ini pengabdi melakukan observasi dan wawancara dengan pihak CV Totalindo Gemilang untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk pangan lokal, terutama terkait dengan pemanfaatan teknologi. Tahap ini juga menjadi tahap peninjauan materi yang akan diberikan. Tahap ke dua merupakan tahap perencanaan kegiatan. Dalam tahap ini pengabdi merumuskan tujuan kegiatan pelatihan. Pengabdi juga menentukan tujuan spesifik dari pelatihan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi berbasis web untuk pemasaran produk pangan lokal. Tahap ini pengabdi juga melakukan penyusunan materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan peserta, meliputi pengenalan internet, media sosial, e-commerce, dan mengisi web untuk pemasaran. Tahap ini juga merencanakan metode pelatihan yang sesuai, yaitu kombinasi antara ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung. Tahap ini juga merencanakan fasilitas yang akan digunakan, seperti : ruangan, peralatan komputer, koneksi internet, dan bahan ajar yang dibutuhkan untuk pelaksanaan pelatihan.

Pada tahap ke tiga, tahap pelaksanaan kegiatan, pengabdi melakukan kegiatan pelatihan yang meliputi Pemilihan pengenalan internet, media sosial, e-commerce, dan mengisi web untuk pemasaran. Pelatihan dilakukan dengan metode tatap muka selama empat kali, dan metode daring selama 4 kali. Pengabdi juga memberikan materi berupa modul yang dapat diakses dan dipraktikkan secara mandiri oleh mitra untuk mempercepat pemahaman pelatihan. Tahap ke empat adalah tahap evaluasi. Pengabdi melakukan evaluasi mitra tentang kegiatan yang sudah dilakukan. Pengabdi meminta umpan balik, saran yang diperlukan guna perbaikan kegiatan di masa yang akan datang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 TAHAP ANALISA KEBUTUHAN

Pada tahap Analisa kebutuhan, pengabdi melakukan survei lapangan di CV Totalindo Gemilang. Pada tahap ini pengabdi juga melakukan wawancara terhadap Itur Yulastik, selaku pemilik CV Totalindo Gemilang. Pada tahap wawancara pengabdi mendapatkan informasi dari mitra bahwa masalah mendasar promosi produk mitra belum menggunakan teknologi berbasis internet. Selama ini promosi produk baru sebatas dari pintu ke pintu. Dalam survei dan wawancara dengan mitra didapatkan bahwa mitra mempunyai produk jenis minuman dengan bahan baku alami berjumlah 20 lebih dan terus berinovasi menciptakan produk produk baru sampai sekarang. Beberapa minuman yang dijual diantaranya : Wedang Bledeg, Wedang Uwuh Wedang Rempus, Wedang Alam (asam lambung), Wedang Golden Rempon, Wedang Jeniper, Kopi Bledeg, Kopi Rempus, Kopi Gujaser, dll. Meskipun Produk yang dihasilkan sudah banyak namun CV Totalindo Gemilang belum memanfaatkan website sebagai media promosi produk mereka. Secara detail hasil survei dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

TABEL 1. ANALISA KEBUTUHAN PELATIHAN.

No.	Hasil observasi	Solusi
1	CV Totalindo Gemilang belum mempunyai website	Membuatkan website CV Totalindo Gemilang
2	CV Totalindo Gemilang masih menggunakan metode konvensional untuk promosi produk	Perlu memberikan ketrampilan dalam pengelolaan website dan katalog untuk promosi melalui website.
3	Membutuhkan pelatihan Pengenalan e-commerce, sosmed, dan website	Memberikan pelatihan terkait e-commerce, sosmed, dan website

Survei dan Analisa kebutuhan dilakukan dengan metode wawancara dengan Itur Yulastik, selaku pemilik dari CV Totalindo Gemilang. Itur menjelaskan detail mulai dari awal berdiri CV Totalindo Gemilang, hingga ujian ujian yang dihadapi dan berhasil *survive* sampai masih berdiri kokoh hingga saat ini.



GAMBAR 2. SURVEI DI CV TOTALINDO GEMILANG.



GAMBAR 3. WAWANCARA DAN OBSERVASI, MITRA SEDANG MENJELASKAN PRODUK DAN MEDIA PROMOSI YANG TELAH DILAKUKAN.

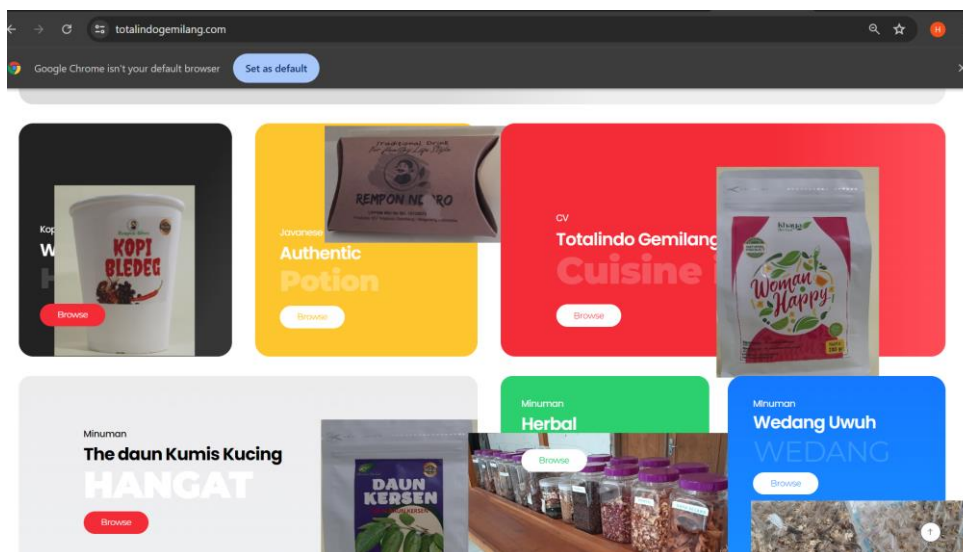
3.2 TAHAP PERENCANAAN KEGIATAN

Dalam tahap ini pengabdian merumuskan tujuan kegiatan pelatihan. Tujuan kegiatan pada pengabdian ini adalah menambah pengetahuan dan ketrampilan karyawan CV Totalindo Gemilang dalam mengelola website. Diharapkan dengan pelatihan yang dilakukan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi berbasis web untuk pemasaran produk pangan lokal. Tahap ini pengabdian melakukan penyusunan materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan peserta, meliputi pengenalan internet, media sosial, e-commerce, dan mengisi web untuk pemasaran. CV Totalindo gemilang yang belum mempunyai website sebelumnya dibuatkan web berbasis wordpress, yang pengelolaannya mudah. Pengabdian kemudian merencanakan kegiatan seperti yang ada pada tabel 2 berikut ini.

TABEL 2. RENCANA KEGIATAN PENGABDIAN DI CV TOTALINDO GEMILANG.

No.	Rencana kegiatan	Keterangan
1	Diskusi dengan mitra terkait materi yang akan disampaikan	Mitra dan pengabdian sepakat untuk membuat website berbasis wordpress untuk promosi di CV Totalindo Gemilang
2	Pembuatan materi untuk pelatihan	Materi pengenalan e-commerce, pengenalan wordpress, login wordpress, mengganti tema, membuat posting, membuat katalog.
3	Perencanaan pertemuan	Empat kali tatap muka, empat kali daring.
4	Pembuatan modul	Modul dibuat sesuai dengan kebutuhan karyawan CV Totalindo Gemilang
5	Perencanaan tempat	Tempat pelatihan berada di aula CV Totalindo Gemilang. Secara Daring pelatihan menggunakan media Zoom.

Sebelum memulai pelatihan, setelah Analisa kebutuhan tim pengabdian kemudian mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan mitra. Pengabdian kemudian membuat website untuk CV Totalindo Gemilang sebagai promosi produk. Tampilan awal website yang dibangun untuk CV Totalindo Gemilang dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini.



GAMBAR 4. TAMPILAN AWAL WEBSITE CV TOTALINDO GEMILANG.

3.3 TAHAP PELAKSANAAN

Pada tahap pelaksanaan pengabdian melakukan pelatihan dengan materi pengenalan web, dan pengelolaan web. Diharapkan dengan pelatihan ini, karyawan CV Totalindo Gemilang mempunyai ketrampilan dalam pengelolaan website dan dapat digunakan sebagai sarana promosi produk - produk yang dihasilkan. Pelaksanaan pengabdian melalui pelatihan website ini dilakukan dengan metode *blended learning*. Pelatihan dilakukan empat kali tatap muka, dan empat kali melalui media Zoom. Pelatihan dimulai dengan penjelasan mengenai internet. Penjelasan mengenai internet meliputi aplikasi yang digunakan untuk promosi, Instagram, Website. Peserta juga mempraktikkan materi yang dijelaskan oleh pengabdian. Secara garis besar, pelaksanaan pengabdian dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini.

TABEL 3. PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN DI CV TOTALINDO GEMILANG.

Pertemuan ke	Kegiatan	Materi
1-2	Pengenalan Internet, E-Commerce, dan Aplikasi lain	Akses internet, google chrome
2-5	Login ke website, membuat posting di website, membuat menu.	Logi ke wordpress, membuat posting, membuat kategori
6	Membuat katalog	Cara upload produk
7	Membuat materi foto untuk katalog produk	Foto produk, upload produk
8	Mengupdate produk	Update harga produk, menambah produk

Sebelum memulai menggunakan internet, pengabdian dan mitra sama – sama menentukan bahan yang akan diupload di website. Pada saat menentukan produk mana yang akan jadi *headline* mitra dan pengabdian berdiskusi mengenai produk tersebut.



GAMBAR 5. PROSES MEMILIH KONTEN UNTUK DITAMPILKAN DALAM WEBSITE.

Tahap selanjutnya adalah proses pembuatan konten untuk ditampilkan dalam website. Dalam proses ini produk yang telah dihasilkan difoto satu-satu untuk ditampilkan dalam website. Proses pengambilan foto dapat dilihat pada gambar 6 berikut ini.



GAMBAR 6. PROSES PEMBUATAN KONTEN UNTUK DITAMPILKAN DALAM WEBSITE.

Pengambilan foto dibuat semenarik mungkin, karena dapat meningkatkan ketertarikan orang yang melihat. Salah satu aspek yang sangat krusial dalam menerapkan teknologi informasi, khususnya dalam media promosi saat ini adalah berkembangnya pertukaran data informasi, sehingga pemanfaatan teknologi informasi komputer untuk menciptakan kemudahan dan efisiensi dalam menyelesaikan masalah sangat diperlukan, khususnya dalam media promosi produk (Istiawan et al., 2024).

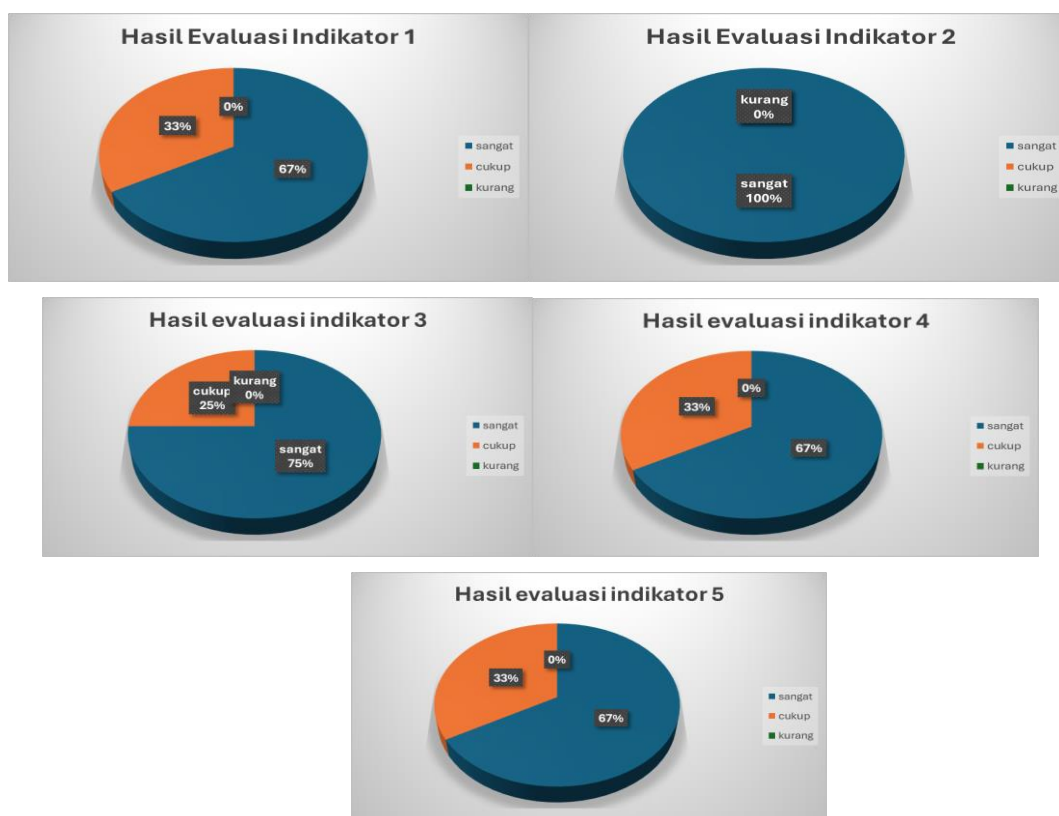
3.4 TAHAP EVALUASI

Evaluasi kegiatan memiliki tujuan untuk mengetahui pemahaman penguasaan materi oleh karyawan CV Totalindo Gemilang. Kegiatan evaluasi ini dilakukan dengan cara memberikan bentuk pertanyaan pada setiap akhir materi. Tabel 4 menunjukkan indikator evaluasi kegiatan PKM yang telah dilaksanakan di CV Totalindo Gemilang.

TABEL 4. INDIKATOR EVALUASI PENGABDIAN DI CV TOTALINDO GEMILANG

No	Indikator	Penilaian
1	Peserta mengerti dan memahami materi yang diberikan	Sangat / Cukup / Kurang
2	Peserta mengerti cara login ke website	Sangat / Cukup / Kurang
3	Peserta mengerti cara update produk	Sangat / Cukup / Kurang
4	Peserta mengerti cara menampilkan berita di web site	Sangat / Cukup / Kurang
5	Peserta mengerti cara edit katalog	Sangat / Cukup / Kurang

Gambar 7 berikut menyajikan hasil evaluasi dari kegiatan PKM di CV Totalindo Gemilang. Dalam penyampaian materi tentang web site pada indikator nomor 1, yaitu peserta mengerti dan memahami materi yang diberikan, 33% merasa cukup mengerti, dan 67 % merasa sangat mengerti materi yang diberikan.



GAMBAR 7. HASIL EVALUASI KEGIATAN PKM.

Hasil evaluasi indikator nomor 2, 100 % peserta menyatakan sangat mengerti cara login ke website. Pada indikator evaluasi nomor 3, 25 % peserta pelatihan menyatakan cukup mengerti, dan 75% peserta pelatihan menyatakan sangat mengerti cara update produk. Hal ini disebabkan karena cara login merupakan cara pertama kali untuk masuk ke website. Peserta yang mengerti adalah peserta yang baru pertama kali menggunakan website, sedangkan peserta yang sangat mengerti sebelumnya memang sudah pernah menggunakan website. Hasil evaluasi indikator nomor 4 menyatakan bahwa 33% menyatakan cukup mengerti cara menampilkan berita di website, 67% menyatakan sangat mengerti cara menampilkan berita di website. Peserta yang menyatakan cukup mengerti adalah peserta yang baru pertama kali menggunakan website, sedangkan peserta yang menyatakan cukup mengerti adalah peserta yang pernah menggunakan website sebelumnya. Hasil evaluasi indikator nomor 5 menyatakan bahwa 33% peserta cukup mengerti edit katalog, dan 67 % sangat mengerti cara edit katalog di website. Dari hasil evaluasi tersebut, seluruh peserta merasa

puas dengan pelatihan yang diberikan, dan menyatakan pelatihan ini sangat bermanfaat dalam memanfaatkan website sebagai sarana promosi.

4. KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan, yaitu pemberian pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan website untuk sarana promosi, pelatihan teknologi berbasis web yang dilakukan di CV Totalindo Gemilang berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan website sebagai platform digital untuk memasarkan produk minuman yang diproduksi CV Totalindo Gemilang. Materi pelatihan terdiri dari: pengenalan website, praktik login, praktik upload, praktik posting berita, praktik edit katalog.

Saran, untuk lebih meningkatkan pengetahuan dalam website promosi, peserta disarankan selalu posting artikel minimal seminggu dua kali, dan selalu melakukan update harga sesuai dengan periode produksi. Pengabdian juga membuka diskusi yang dilakukan secara berkesinambungan, agar mitra jika mengalami masalah dapat langsung mendapatkan solusi. Peserta perlu diberikan pendampingan lebih lanjut untuk mendukung penguasaan aplikasi digital lain yang bermanfaat sebagai sarana promosi melalui internet.

Pengabdian ini didanai dari dana bantuan Universitas PGRI Yogyakarta melalui anggaran LPPM Tahun 2023/2024. Pengabdian mengucapkan terimakasih kepada LPPM Universitas PGRI Yogyakarta sehingga pengabdian dapat menyelesaikan pengabdian ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, F., & Gultom, Y. (2020). Peran Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 15.
- Anisah Salsabila Nasution, Devi Nadya Hasibuan, Windi Mayani Dalimunthe, & Purnama Ramadani Silalahi. (2022). Peningkatan Kinerja Industri Makanan dan Minuman Melalui Transformasi Digital di Indonesia. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 165–176. <https://doi.org/10.30640/trending.v1i1.493>
- Ardhianto, E., Handoko, W., Lestariningsih, E., & Supriyanto, E. (2022). PENINGKATAN KEMAMPUAN PENGUASAAN APLIKASI KOMPUTER BAGI TENAGA ADMINISTRATIF KEPENDIDIKAN DI KOTA SEMARANG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Intimas (Jurnal INTIMAS): Inovasi Teknologi Informasi Dan Komputer Untuk Masyarakat*, 2(1), 7–12. <https://doi.org/10.35315/intimas.v2i1.8836>
- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik penyedia makan minum 2022 (Vol. 6). Badan Pusat Statistik. <https://webapi.bps.go.id/download.php?f=hWXXQUbH3J7m4ms33PBmpU91cnVmYzNCb2x1SDIrcFZuaTVJWGjMjZzdElKcjUxNjVYXhjTkRVcGc5aFITMW1IMVdtOVF2YW5vWGUyOGdIYlZUeEtBRUNTVmphOTBxTkVjMmx6eFZ2NzFwV1dVenhBWlh2VG5rSHRlNzYwUjE0WC84Nm55RVlmsncrMU9ETzc5aVRMVktxTEM5OVRpdUMxTDgwNXNUZA2azVDUFF1WDBCRE95ZWd5WWZHd0lpeXU4ZC9XQ0NNSEk3dmNLTWkzYmZBTkp6dkFOSVNEUmM5Q091MUVpMlAvRWdSMlBncnZuNW5ra1pHMEJ2Yk5TS2FSNzBuazdmZ1BJL0t3Q0g=>
- Christian, A., Suryani, I., & Rusdi, I. (2024). Pelatihan Desain Grafis Untuk Memaksimalkan Peran Media Sosial Pada JPRMI Menggunakan Aplikasi Canva. *Jurnal ALTIFANI Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Vol 4, No 3 Hal 210-217*.
- Farman, I. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi Canva dalam Peningkatan Kemampuan Desain Grafis Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, Vol 1, No 1, Hal 22-30
- Istiawan, D., Huda, N., Mahiruna, A., & Prayogi, S. Y. (2024). Pelatihan Microsoft Excel Untuk Peningkatan Soft Skills Anggota Perhimpunan Human Resources Development Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat INTIMAS Vol 4, No 1, Hal 1-10*.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 1, No 1, Hal 1-13