

TRANSFORMASI DIGITAL UNTUK UMKM: PELATIHAN KETERAMPILAN DESAIN POSTER SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK USAHA MIKRO DI BANDUNG BARAT

Deti Nudiati ¹, Krisnayanti ¹, Vinanti Julia Rohma², Rini Nuraeni ³, Tasbiah Siti
Maesaroh⁴

^{1,2,3,4} Pendidikan Masyarakat, Universitas Indonesia, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

¹ deti.nudiati@upi.edu

Received: Juli, 2025; Accepted: September, 2025

Abstract

This study explores the effectiveness of a Canva-based digital poster design training in empowering micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) in Kp. Pasir Handap, West Bandung. The training aimed to enhance participants' technical skills, digital literacy, and confidence in using technology for promotional purposes. Employing a one-group pretest-posttest design, the study involved ten MSME participants with limited prior experience in graphic design. Quantitative data collected through pre- and post-training questionnaires revealed significant improvements in participants' understanding and use of Canva's basic features. The training also incorporated adult learning principles (andragogy) to ensure contextual and practical learning experiences. The results suggest that simple, targeted digital training can effectively bridge technological gaps among rural entrepreneurs, contributing to improved marketing capabilities and supporting the broader agenda of digital transformation in Indonesia's informal sector.

Keywords: Digital Empowerment, MSMEs, Canva Training, Adult Learning

Abstrak

Studi ini mengeksplorasi efektivitas pelatihan desain poster digital berbasis Canva dalam memberdayakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kp. Pasir Handap, Bandung Barat. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis, literasi digital, dan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi untuk tujuan promosi. Menggunakan desain pretest-posttest satu kelompok, penelitian ini melibatkan sepuluh peserta UMKM dengan pengalaman sebelumnya yang terbatas dalam desain grafis. Data kuantitatif yang dikumpulkan melalui kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan mengungkapkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan penggunaan fitur dasar Canva oleh peserta. Pelatihan ini juga menggabungkan prinsip-prinsip pembelajaran orang dewasa (andragogy) untuk memastikan pengalaman belajar kontekstual dan praktis. Hasilnya menunjukkan bahwa pelatihan digital yang sederhana dan terarah dapat secara efektif menjembatani kesenjangan teknologi di antara pengusaha pedesaan, berkontribusi pada peningkatan kemampuan pemasaran dan mendukung agenda transformasi digital yang lebih luas di sektor informal Indonesia.

Kata Kunci: Pemberdayaan Digital, UMKM, Pelatihan Canva, Pembelajaran Orang Dewasa

How to Cite: Nudiati, D., Krisnayanti, Rohma, V.J.R., Nuraeni, R. & Maesaroh, T.S. (2025). Transformasi Digital untuk UMKM: Pelatihan Keterampilan Desain Poster sebagai Media Promosi untuk Usaha Mikro di Bandung Barat. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 8 (3), 775-782.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia (Muditomo & Setyawati, 2022). Di era digital saat ini, usaha kecil dan menengah menghadapi kesulitan

mengintegrasikan teknologi ke dalam pendekatan bisnisnya, khususnya menyangkut pemasaran (Kurniawan & Asharudin, 2018). Meskipun demikian, banyak UMKM yang umumnya dikelola oleh orang dewasa di daerah semi-perkotaan dan pedesaan tidak memiliki akses atau kecakapan yang memadai untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif untuk upaya promosi. Untuk mengatasi tantangan ini, program pelatihan yang ditargetkan yang meningkatkan literasi digital dan keterampilan desain sangat penting untuk memberdayakan UMKM di Bandung Barat untuk memanfaatkan alat digital secara efektif.

Poster digital adalah salah satu bentuk media promosi yang lebih mudah diperoleh dan berdampak (Dehrashid & Ahmadi, 2021). Sayangnya, pemahaman yang kurang memadai mengenai manfaat penggunaan desain visual dalam pemasaran usaha mikro khususnya menjadi hambatan signifikan. Selain itu, kendala juga terjadi dalam memanfaatkan perangkat lunak desain sehingga pelaku UMKM belum sepenuhnya memiliki kemampuan media ini (Khamadi & Setiawan, 2020). Ketidaksadaran akan prinsip-prinsip desain yang menarik, ditambah dengan keyakinan bahwa teknologi digital itu rumit, sering menyebabkan pelaku UMKM ragu dalam mengadopsi solusi berbasis teknologi. (Indrawati, 2020). Akibatnya, mereka tidak hanya kehilangan kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, tetapi juga menghadapi kesulitan dalam membangun citra merek yang kuat. Untuk mengatasi hambatan ini, program pelatihan ini akan berfokus pada pengembangan keterampilan penting dalam desain poster digital, memungkinkan UMKM untuk membuat materi promosi yang menarik secara visual yang meningkatkan daya tawar usaha mereka.

Pelatihan ini dirancang untuk membekali peserta dengan pengetahuan dasar tentang prinsip-prinsip desain visual, penggunaan alat desain digital yang mudah diakses seperti Canva, serta strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik bisnis mikro. Selain keterampilan teknis, pelatihan juga mencakup pendampingan berkelanjutan agar peserta dapat terus beradaptasi dengan perkembangan tren desain dan pemasaran digital (Canina & Bruno, 2021). Pendekatan ini tidak hanya menumbuhkan kreativitas tetapi juga memastikan bahwa UMKM tetap kompetitif di pasar yang semakin digital. Dengan memberdayakan UMKM dengan keterampilan desain digital, pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan mereka dalam persaingan pemasaran digital yang kompetitif.

Jenis pelatihan ini tidak hanya menekankan komponen teknis tetapi juga mempertimbangkan metode pembelajaran yang selaras dengan karakteristik orang dewasa. Dalam konteks ini, konsep andragogi yang diperkenalkan oleh Malcolm Knowles membangun fondasi yang signifikan. Konsep ini menyoroti bahwa orang dewasa lebih mungkin untuk belajar dengan sukses ketika konten pendidikan terkait dengan pengalaman pribadi mereka dan persyaratan dunia nyata (Gross, 1974). Oleh karena itu, metode pembelajaran dalam pelatihan dirancang agar sederhana, kontekstual dan langsung diterapkan dalam kegiatan usaha peserta (Woodard, 2007). Ini memastikan bahwa pelatihan tidak hanya efektif tetapi juga menumbuhkan rasa kepemilikan dan relevansi di antara para peserta, yang pada akhirnya meningkatkan keterlibatan dan hasil pembelajaran mereka.

Sebagai contoh awal, lokakarya pembuatan poster menggunakan aplikasi Canva yang dilakukan di Kp. Pasir Handap membuahkan hasil yang baik dalam meningkatkan kemampuan dan kepercayaan diri UMKM. Dari 10 individu yang berpartisipasi dalam lokakarya, 90% yang mengesankan terlibat dan menunjukkan antusiasme yang cukup besar. Menurut survei pra-tes dan pasca-tes, 69% peserta awalnya memiliki pemahaman dasar tentang Canva, tetapi setelah

pelatihan, 80% menunjukkan kemajuan substansial dalam pemahaman dan penerapan fitur dasar aplikasi. Hasil ini menyoroti potensi signifikan dari metode pelatihan praktis berbasis teknologi langsung dalam memfasilitasi transformasi digital UMKM, terutama untuk orang dewasa di daerah semi-perkotaan. Umpan balik positif dari peserta menggarisbawahi pentingnya program pelatihan yang disesuaikan dalam menumbuhkan literasi digital dan keterampilan desain di kalangan UMKM, membuka jalan bagi keberhasilan transformasi digital mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menilai seberapa efektif pelatihan desain poster digital berbasis Canva dalam meningkatkan kemampuan dan kepercayaan diri UMKM, khususnya orang dewasa di Kp. Pasir Handap; ini juga berupaya mengidentifikasi perubahan dalam pemahaman peserta tentang aplikasi Canva sebelum dan sesudah pelatihan; dan bertujuan untuk mengembangkan model pelatihan berbasis teknologi yang selaras dengan prinsip-prinsip andragogi dan dapat direplikasi di komunitas serupa untuk mempromosikan transformasi digital UMKM.

Penelitian ini memperkenalkan metode inovatif yang mengintegrasikan unsur-unsur transformasi digital, pemberdayaan keterampilan orang dewasa, dan peningkatan efektivitas promosi dalam kerangka pertumbuhan UKM. Diharapkan, melalui pelatihan ini, UMKM akan mendapatkan kepercayaan diri yang lebih besar dalam memanfaatkan alat digital untuk memperluas kehadiran pasar dan meningkatkan daya saing bisnisnya. Pada akhirnya, pelatihan ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara teknologi dan praktik bisnis tradisional, memastikan bahwa UKM tidak tertinggal di era digital. Dengan menggabungkan unsur teknis, pendidikan, dan psikososial, termasuk peningkatan kepercayaan diri dalam memanfaatkan teknologi, program pelatihan ini memiliki kapasitas untuk berfungsi sebagai model praktis yang dapat diadaptasi di daerah lain dengan sifat yang sebanding. Selain membantu kemajuan penelitian akademis, penelitian ini diantisipasi dapat menghasilkan manfaat sosial dan ekonomi yang signifikan bagi UMKM dan mempercepat perjalanan digitalisasi di sektor informal Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang memanfaatkan kerangka pre-eksperimental pretest-posttest satu kelompok untuk menilai dampak pelatihan terhadap pemanfaatan aplikasi Canva sebagai alat desain poster bagi UMKM di Kp. Pasir Handap. Kerangka kerja ini dipilih untuk mengevaluasi perubahan keterampilan dan pemahaman peserta sebelum dan setelah pelatihan dalam satu kelompok, tanpa kelompok kontrol (Wagner et al., 2014). Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga tentang efektivitas pelatihan Canva untuk meningkatkan kemampuan pemasaran UMKM di wilayah tersebut.

Sampel penelitian terdiri dari 10 pelaku usaha yang aktif di Kp. Pasir Handap yang memiliki pengetahuan desain grafis yang terbatas dan bersedia mengikuti pelatihan dan evaluasi. Sampel dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tersebut. Temuan ini akan berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pelatihan digital yang ditargetkan dapat memberdayakan UMKM di daerah pedesaan untuk menavigasi tantangan pasar digital secara efektif (van der Loo et al., 2015) dan meningkatkan kinerja bisnis mereka secara keseluruhan. Dengan menumbuhkan literasi digital dan keterampilan desain, pelatihan ini dapat secara signifikan meningkatkan strategi pemasaran UMKM, yang pada akhirnya mengarah pada pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan.

Data dikumpulkan melalui kuesioner pra-tes dan pasca-tes yang dirancang untuk mengukur pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan Canva untuk membuat poster promosi. Kuesioner terdiri dari item yang sama untuk kedua pengukuran sehingga perbandingan hasil sebelum dan sesudah pelatihan dapat dilakukan secara valid.

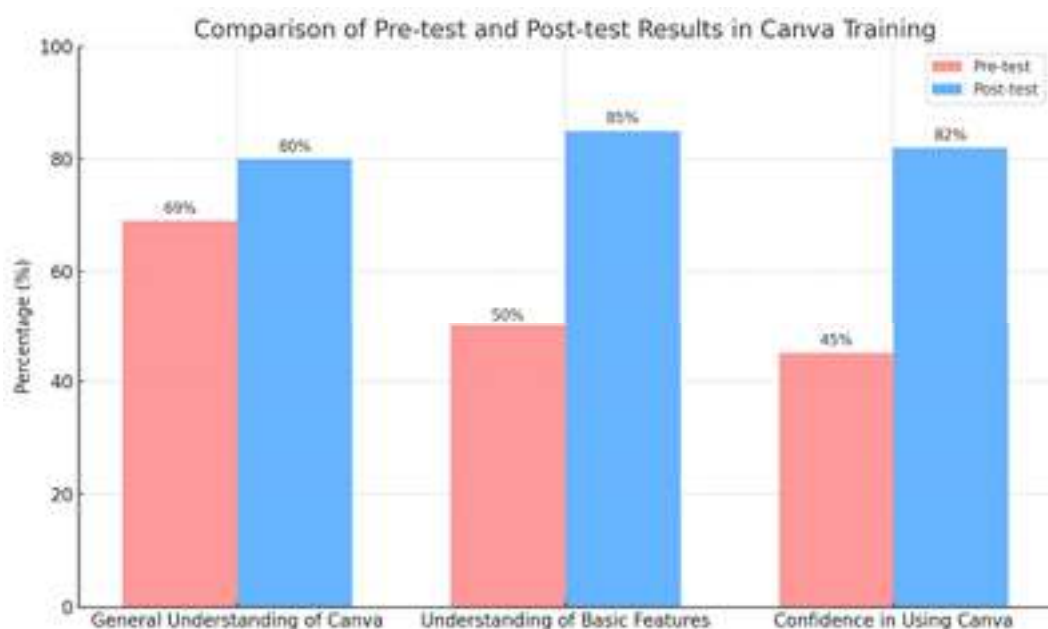
Sesi ini terdiri dari satu acara pelatihan yang mencakup dasar-dasar desain grafis, praktik interaktif dalam mendesain poster dengan aplikasi Canva, bersama dengan segmen diskusi yang bijaksana. Penilaian awal diberikan sebelum dimulainya pelatihan untuk mengevaluasi pengetahuan dasar peserta, diikuti dengan penilaian akhir tepat setelah pelatihan berakhir untuk mengukur peningkatan keterampilan.

Hasil dari pre-test dan post-test diperiksa menggunakan statistik deskriptif untuk mengkarakterisasi profil peserta beserta skor keterampilan mereka. Selanjutnya, uji-t berpasangan dilakukan untuk menentukan apakah ada peningkatan yang signifikan dalam keterampilan dan pemahaman peserta setelah pelatihan. Dalam kasus di mana data tidak memenuhi asumsi normalitas, tes peringkat bertanda Wilcoxon non-parametrik berfungsi sebagai alternatif yang cocok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil lokakarya pembuatan poster menggunakan aplikasi Canva di Kp. Pasir Handap menunjukkan keberhasilan yang luar biasa dalam meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri para peserta. Sesi pelatihan yang menyambut 10 peserta dari UMKM ini mencapai tingkat partisipasi yang mengesankan sebesar 90% dari total undangan, mencerminkan minat dan antusiasme masyarakat untuk memajukan keterampilan desain grafis. Analisis survei pra-tes dan pasca-tes menunjukkan bahwa 69% peserta memiliki pemahaman terbatas tentang Canva sebelum pelatihan; Namun, setelah lokakarya, 80% peserta menunjukkan peningkatan yang nyata dalam pemahaman mereka, terutama mengenai fitur dasar aplikasi.



Gambar 1. Perbandingan hasil Pre-Test dan Post Test pada Pelatihan Canva

Pembahasan

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyoroti efektivitas program pelatihan yang ditargetkan dalam meningkatkan literasi digital di kalangan UMKM, yang pada akhirnya memberdayakan mereka untuk meningkatkan strategi pemasaran dan daya saing mereka dalam pemasaran digital (Saehan et al., 2023). Dengan memberikan keterampilan praktis dalam desain grafis, pelatihan ini tidak hanya menumbuhkan kreativitas tetapi juga membangun kepercayaan diri dalam memanfaatkan alat digital untuk promosi bisnis (Aulianita et al., 2023) dan jangkauan promosi usahanya. Selain itu, umpan balik positif dari peserta memperkuat perlunya dukungan dan bimbingan berkelanjutan untuk memastikan pertumbuhan dan adaptasi yang berkelanjutan dalam upaya pemasaran mereka.

Peningkatan keterampilan praktis peserta dalam merancang poster menjadi salah satu indikator keberhasilan utama pelatihan ini (Harsono et al., 2019). Peserta dapat membuat poster yang lebih kreatif, informatif, dan relevan dengan kebutuhan promosi produk mereka. Selain itu, keberhasilan pelatihan ini juga tercermin dari meningkatnya kepercayaan diri para peserta dalam memanfaatkan Canva sebagai media promosi. Sebagai hasil langsung dari pelatihan, beberapa peserta telah menerapkan keterampilan baru mereka untuk membuat poster promosi produk lokal, yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produknya di pasar.

Namun, pelaksanaan pelatihan ini juga menghadapi sejumlah kendala yang perlu diperhatikan untuk program serupa di masa mendatang. Kendala utama termasuk keterbatasan sumber daya dan fasilitas yang tidak memadai, seperti koneksi internet yang kurang stabil dan peralatan teknis yang terbatas. Selain itu, waktu eksekusi yang singkat dan jadwal peserta yang padat merupakan tantangan lain yang mempengaruhi efektivitas pelatihan. Dukungan pemerintah daerah yang lebih besar serta fasilitas pelatihan yang lebih baik dapat membantu mengatasi hambatan ini. Untuk memastikan keberlanjutan program pelatihan semacam itu, bimbingan dan dukungan berkelanjutan sangat penting bagi peserta untuk terus beradaptasi dengan tren dan teknologi pemasaran digital yang berkembang (Brien & Hamburg, 2014).

Pendekatan pelatihan ini konsisten dengan Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang diusulkan oleh Davis (1989), yang menekankan dua faktor utama yang mempengaruhi adopsi teknologi: kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Pilihan Canva, platform yang dikenal dengan fitur yang ramah pengguna, memfasilitasi penerimaan tinggi di antara peserta yang tidak memiliki pengalaman sebelumnya dalam desain grafis. Peningkatan yang signifikan dalam keterampilan dan kepercayaan diri peserta mencerminkan peningkatan persepsi mereka tentang kegunaan dan kemudahan Canva.

Selain itu, keberhasilan pelatihan juga dapat ditafsirkan melalui Teori Difusi Inovasi Rogers (2003), terutama dalam hal adopsi awal dan kemampuan uji coba. Pelatihan ini memungkinkan peserta untuk bereksperimen dengan teknologi dalam pengaturan berisiko rendah, sehingga memudahkan mereka untuk menerima dan akhirnya mengadopsinya untuk bisnis mereka. Sifat interaktif dan kontekstual dari pelatihan, selaras dengan prinsip-prinsip pembelajaran orang dewasa (Knowles, 1984), memperkuat relevansi dan kedekatan pembelajaran, dua aspek kunci yang ditekankan dalam teori andragogis.

Pelatihan ini berhasil memadukan prinsip-prinsip pembelajaran orang dewasa seperti pembelajaran yang berpusat pada masalah, pembelajaran berdasarkan pengalaman, dan motivasi mandiri. Sesi refleksi dan praktik langsung memastikan keterlibatan aktif dari peserta dengan latar belakang pendidikan yang bervariasi. Desain andragogis memungkinkan peserta

untuk mengkontekstualisasikan hasil pelatihan ke dalam kebutuhan bisnis mereka, menciptakan rasa kepemilikan yang kuat atas pembelajaran mereka.

Dengan mengadopsi strategi yang lebih terstruktur, yang melibatkan peningkatan fasilitas dan memastikan alokasi waktu yang memadai, inisiatif pelatihan yang serupa dapat diterapkan di berbagai bidang untuk mendorong pemberdayaan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk lokal (Ferreira & Pantidi, 2018). Pelatihan ini berfungsi sebagai ilustrasi yang jelas tentang bagaimana transformasi digital dapat diterapkan dengan baik dalam praktek pemberdayaan masyarakat di kalangan masyarakat semi-urban. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan UMKM tetapi juga menumbuhkan pola pikir berorientasi komunitas yang mendorong kolaborasi dan inovasi dalam praktik pemasaran digital (Hilmiana & Kirana, 2021).

Temuan ini menunjukkan bahwa program pelatihan digital yang ditargetkan dapat secara signifikan meningkatkan kemampuan pemasaran UMKM, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan dan keberlanjutan mereka dalam persaingan digital yang kompetitif (Afandi et al., 2023) dan mendorong pengembangan program serupa yang dapat direplikasi di daerah lain yang menghadapi tantangan serupa. Keberhasilan model pelatihan ini menyoroti pentingnya pendekatan pendidikan yang disesuaikan yang memenuhi kebutuhan unik UMKM, menumbuhkan ketahanan mereka dalam ekonomi digital (Fitra et al., 2024).

KESIMPULAN

Pelatihan aplikasi Canva untuk pembuatan poster yang ditujukan untuk UMKM di Kp. Pasir Handap telah berhasil meningkatkan pemahaman, kemampuan, dan kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan media digital untuk tujuan promosi. Tingkat partisipasi yang luar biasa sebesar 90% menunjukkan keinginan publik untuk pelatihan ini, dan peningkatan pemahaman peserta sebanyak 80% memvalidasi efektivitas metode yang digunakan. Peserta tidak hanya mendapatkan wawasan baru, tetapi mereka juga memiliki kesempatan untuk mengimplementasikan keterampilan ini dalam merancang poster yang lebih inventif dan informatif yang memenuhi tuntutan promosi produk lokal mereka. Keberhasilan pelatihan ini menggarisbawahi peran penting program pendidikan yang disesuaikan dalam memberdayakan UMKM, yang pada akhirnya meningkatkan daya saing mereka dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan dalam ekonomi digital.

Namun, beberapa kendala seperti keterbatasan sumber daya, fasilitas yang tidak memadai, dan koneksi internet yang tidak stabil perlu menjadi perhatian dalam pelaksanaan pelatihan serupa di masa mendatang. Dukungan yang lebih besar dari pihak terkait, termasuk pemerintah daerah, diperlukan untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan program pemberdayaan ini.

Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi individu tetapi juga berpotensi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan demikian, program serupa dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada transformasi digital, khususnya dalam mendukung UKM menghadapi persaingan di era digital. Hasil pelatihan ini menegaskan bahwa aplikasi Canva merupakan alat yang relevan dan praktis untuk meningkatkan kapasitas UKM dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Kesimpulannya, program pelatihan ini menunjukkan dampak signifikan dari pengembangan keterampilan digital pada UKM, memungkinkan mereka untuk secara efektif menavigasi pasar digital dan meningkatkan upaya promosi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. H., Amsari, S., & Hayati, I. (2023). Pelatihan pemasaran digital oleh Lazismu Kota Medan untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Community Empowerment* 8(5), 676-681. <https://doi.org/10.31603/ce.9122>
- Aulianita, R., Yunita, N. ., Rakhmah, S. N. ., & Nisa , K. . (2023). Pelatihan Design Grafis Online Menggunakan Aplikasi Canva Bagi Remaja Majelis Ta'lim Hidayatul Mubtadiin. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 7(1), 30–33. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v7i1.4141>
- Brien, E. O., & Hamburg, I. (2014). Mendukung Strategi Berkelanjutan untuk UKM melalui Pelatihan, Kerja Sama dan Pendampingan. *Higher Education Studies*, 4(2), 61-69. <https://doi.org/10.5539/HES.V4N2P61>
- Canina, MR, & Bruno, C. (2021). Design And Creativity For Developing Digital Maturity Skills. *International Conference On Engineering And Product Design Education* 9-10 September 2021, Via Design, Via University College, Herning, Denmark. <https://doi.org/10.35199/EPDE.2021.46>
- Dehrashid, A., & Ahmadi, K. (2021). The Place Of Poster In The Digital Era. Thesis Submitted To The Graduate Faculty In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Master Of Fine Arts. <https://doi.org/10.31274/ETD-20210609-1>
- Falco, E., Stylianou, C., Martinez, G., Kleinhans, R., Basso-Moro, S., & Neophytou, H. (2020). User Acceptance of Technology: Statistical Analysis of Training's Impact on Local Government Employees' Perceived Usefulness and Perceived Ease-of-Use. *International Journal of Electronic Government Research (IJEGR)*, 16(3), 85-104. <https://doi.org/10.4018/IJEGR.2020070105>
- J. Ferreira, N. Pantidi. (2018). Chapter 4 - Going Digital: Integrating Digital Technologies in Local Community Initiatives, Editor(s): Michael Dezuanni, Marcus Foth, Kerry Mallan, Hilary Hughes, In *Chandos Information Professional Series, Digital Participation through Social Living Labs*, Chandos Publishing, Pages 55-76, ISBN 9780081020593, <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102059-3.00004-6>.
- Fitra, F., Sucipto, S., & Hidayati, B. (2024). Peningkatan Kapasitas UMKM dalam bidang Pemasaran Digital pada Lembaga Industri Kreatif Modern Kabupaten Jombang . (2024). *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(4), 1185-1197. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v8i4.19683>
- Kasar, BH (1974). Resensi Buku : Malcolm S. Knowles. *Pembelajar Dewasa: Spesies yang Terabaikan*. Houston: Perusahaan Penerbitan Teluk, 1973. 198 hlm. \$7.95. Pendidikan Orang Dewasa Triwulanan. <https://doi.org/10.1177/074171367402500106>
- Harsono, H., Rosanti, SY, & Seman, NA (2019). Efektivitas poster sebagai media pembelajaran untuk meningkatkan kualitas belajar siswa. *The Journal of Social Sciences Research, Special Issue* 1, 97-103. <https://doi.org/10.32861/JSSR.54.1046.1052>
- Hilmiana, H., & Kirana, DH (2021). Peningkatan kesejahteraan umkm melalui strategi digital marketing. *Kumawula* 4(1), 124 – 130 <https://doi.org/10.24198/KUMAWULA.V4I1.32388>
- Indrawati, H. & Caska, S. (2020). Barriers to technological innovations of SMEs: how to solve them?. *International Journal of Innovation Science* 9 December 2020; 12 (5): 545–564. <https://doi.org/10.1108/IJIS-04-2020-0049>

- Khamadi, K., & Setiawan, A. (2020). Literasi visual dalam proses berkarya mahasiswa desain. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan* 5(2), 166-193. <https://doi.org/10.25124/DEMANDIA.V5I2.1999>
- Korshunov I.A., Lubnikov S.V. & Shirkova N.N. (2023). Pendidikan Dan Pelatihan Populasi Dewasa Untuk Pengembangan Keterampilan Pemecahan Masalah. *Pendidikan dan Sains* 25(6), 166-192. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2023-6-166-192>
- Kurniawan, A., & Asharudin, M. (2018). Usaha kecil dan menengah (UKM) menghadapi pemasaran digital. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business* 1(2), 115-120. <https://doi.org/10.23917/MIJEB.V1I2.9367>
- Miller, RL (2015). Teori Difusi Inovasi Rogers (1962, 1995). <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8156-9.CH016>
- Muditomo, A., & Setyawati, N. (2022). Digital Transformation of Small Medium Enterprises: A Descriptive Analysis of Quick Response Indonesia Standard Data. *Jambura Equilibrium Journal*, 4(2). doi:<https://doi.org/10.37479/jej.v4i2.13918>
- Saehan, A., Kusmanto, K., Suryadi, S., & Pohan, TH (2023). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM. *Journal of Community Empowerment* 4(1), 105-109, <https://doi.org/10.58369/jpmg.v3i2.129>
- van der Loo, S., Chen, L., Edwards, P., Holden, J. A., Karamperidis, S., Kollingbaum, M. J., ... Pignotti, E. (2015). Development of a Digital Tool to Overcome the Challenges of Rural Food SMEs. *Scottish Geographical Journal*, 131(3–4), 212–219. <https://doi.org/10.1080/14702541.2014.994673>
- Wagner, D., Dörrenbächer, S. & Perels, F. (2014). A Framework for Designing Training Programs to Foster Self-Regulated Learning and Text Analysis Skills. *Education Research International*, 510342, 15 pages, 2014. <https://doi.org/10.1155/2014/510342>
- Woodard, C. A. (2007). Using adult learning theory for new-hire training. *Journal of Adult Education*, 36(1), 44–47.
- Zulkarnain, I., & Fauziyah, F. (2022). Pelatihan Creative Design Dengan Canva Bagi KarangTaruna Di Kelurahan Pancoran Mas Depok. <https://doi.org/10.58965/jpmsipo.v1i1.2>