



## **Pendampingan Desain Logo Produk UMKM dengan *Canva* untuk Meningkatkan Keterampilan Membranding Digital**

**Maimon Sumo <sup>1)\*</sup>, Rohimatul Maisyaroh <sup>2)</sup>, Nur Aini <sup>3)</sup>, Varadila Avina Avnany <sup>4)</sup>, Novi Ramadhanti <sup>5)</sup>, Jamilatul Maghfirah <sup>5)</sup>, Rofika Oktafia <sup>6)</sup>**

<sup>1)</sup>Universitas Islam Madura. Pamekasan, Indonesia.

Diterima: 25 Oktober 2025

Direvisi: 31 Oktober 2025

Disetujui: 07 November 2025

### **Abstrak**

UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi masyarakat serta ketahanan di tengah krisis, namun transformasi digital di era Industri 4.0 menuntut peningkatan kapasitas digital bagi pelaku UMKM, termasuk generasi muda. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan desain grafis dan pemasaran digital calon pelaku UMKM pemula dari kalangan siswa SMA melalui pelatihan desain logo menggunakan aplikasi *Canva*. Metode pelaksanaan terdiri dari observasi awal, ceramah, serta praktik langsung. Materi pelatihan meliputi pengenalan logo, penggunaan *Canva*, serta strategi branding. Peserta diajak langsung merancang logo sebagai representasi usaha mereka, dilanjutkan dengan evaluasi hasil karya dan survei kepuasan. Hasil menunjukkan partisipasi aktif siswa mencapai 90%, dengan tingkat kreativitas tinggi dalam pembuatan logo serta pemahaman yang baik terhadap konsep branding digital. Peserta menyampaikan kepuasan dan menyarankan perluasan materi untuk pengembangan pelatihan selanjutnya. Kesimpulannya, kegiatan ini terbukti efektif dalam membekali siswa dengan keterampilan desain yang aplikatif dan relevan dengan dunia wirausaha digital masa kini, serta membuka peluang integrasi program serupa ke dalam kurikulum kewirausahaan sekolah. Temuan ini memperkuat pentingnya pendekatan edukatif berbasis praktik untuk menumbuhkan semangat wirausaha sejak dini. Kegiatan ini menegaskan adanya dampak keberlanjutan kegiatan atau kontribusi sosialnya dalam branding produk berbasis digital, sehingga citra merek tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** desain logo; pelatihan; umkm.

### ***MSME logo design training mentoring with Canva to improve product branding skills***

### **Abstract**

*MSMEs play a crucial role in the economic growth of communities and resilience during crises. However, digital transformation in the Industry 4.0 era demands increased digital capacity for MSMEs, including the younger generation. This community service activity aims to improve the graphic design and digital marketing skills of aspiring MSMEs, especially high school students, through logo design training using the Canva application. The implementation method consisted of initial observation, lectures, and hands-on practice. The training materials covered logo introduction, Canva usage, and branding strategies. Participants were invited to directly design logos to represent their businesses, followed by an evaluation of their work and a satisfaction survey. Results showed active student participation reaching 90%, with a high level of creativity in logo creation and a strong understanding of digital branding concepts. Participants expressed satisfaction and suggested expansion of the material for further training development. In conclusion, this activity proved effective in equipping students with design skills that are applicable and relevant to today's digital entrepreneurship world, and opened up opportunities for integrating similar programs into school entrepreneurship curricula.*

**Keywords:** logo design; training; msme.

\* Korespondensi Penulis, E-mail: [maimonshadiyanto@gmail.com](mailto:maimonshadiyanto@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Era Industri 4.0 memicu adanya tren transformasi digital yang signifikan. Keberlanjutan perekonomian suatu negara menjadi penting dalam menghadapi tantangan di era globalisasi yang didorong oleh arus informasi yang cepat (Javaria, Masood, & Garcia, 2020). Transformasi digital berperan penting dalam mendorong inovasi, meningkatkan produktivitas dan efisiensi, serta mendukung kesejahteraan masyarakat dengan memperluas akses terhadap informasi, pengetahuan, dan data. Salah satu perubahan yang paling menonjol adalah pergeseran signifikan dari tenaga kerja manusia menuju penggunaan mesin atau otomatisasi proses, yang telah menjadi fenomena global. Di era ini, internet sebagai teknologi utama memiliki peran yang sangat besar dalam mendukung transformasi digital, khususnya dalam memperkuat keberlanjutan ekonomi digital (Agustin et al., 2023). Penerapan teknologi digital dalam bisnis ditemukan berdampak signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM (Effendi, 2021). UMKM yang mampu menggunakan internet, kekuatan bisnisnya tumbuh 46% lebih tinggi dari yang dijalankan secara konvensional (Varnali, 2010).

UMKM merupakan salah satu bentuk usaha kecil yang memiliki peran penting dalam mendorong peningkatan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keberadaan UMKM dikenal memiliki daya tahan tinggi dalam menghadapi berbagai situasi, sehingga berkontribusi terhadap tercapainya kesejahteraan masyarakat. Ketangguhan sektor UMKM telah terbukti, salah satunya saat krisis moneter tahun 1998, di mana banyak perusahaan besar mengalami keruntuhan, namun UMKM justru tetap eksis dan bahkan mengalami peningkatan jumlah (Farisi, Fasa, & Shuharto, 2022). Peran strategis UMKM dalam menopang perekonomian menjadikannya sangat dibutuhkan oleh setiap negara, karena kontribusinya yang vital dalam mendorong kemajuan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, pendirian usaha di sektor UMKM juga berperan dalam menyerap tenaga kerja, terutama bagi mereka yang siap bekerja namun belum memperoleh pekerjaan, sehingga secara langsung dapat membantu mengurangi angka pengangguran.

Menurut (Arifudin, Heryanti, & Pramesti, 2021), *branding* produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu komponen visual terpenting dari identitas sebuah perusahaan. Melalui *branding* produk, item UMKM dapat membawa pembaruan dan penyesuaian di berbagai sektor produk atau UMKM. Menurut (Destrina et al., 2022), memiliki merek sangat penting karena membantu usaha mampu bersaing. Karena logo adalah langkah pertama dalam mengembangkan merek, sebuah bisnis harus mendesainnya dengan cermat. Warna sama pentingnya dalam desain logo seperti bentuk warna. Ini adalah bentuk lain dari komunikasi nonverbal yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang lebih kompleks. Menggabungkan berbagai komponen warna niscaya dapat menghasilkan keserasian, keseimbangan, dan keseimbangan, yang semuanya berdampak pada penjualan (Ainun, Maming, & Wahida, 2023).

Meskipun *Canva* merupakan aplikasi yang sangat membantu dalam desain grafis, sebagai platform berbasis online, penggunaannya tetap membutuhkan koneksi internet. Keterbatasan ini menjadi salah satu kelemahan *Canva* karena tidak dapat diakses secara offline, sehingga pengguna harus memiliki kuota data agar dapat mengoperasikannya. Di samping itu, *Canva* juga menawarkan berbagai desain dan template yang berbayar. Namun demikian, hal ini tidak menjadi hambatan yang berarti, karena *Canva* tetap menyediakan pilihan desain dan *template* gratis yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna (Resmini, Satriani, & Rafi, 2021). Alasan utama memilih *Canva* bagi para desainer di antaranya yaitu: *Canva* menyediakan banyak *template* yang dapat di jadikan referensi dalam mendesain selain

itu, *Canva* tidak memerlukan biaya mahal untuk *upgrade* ke pro atau premium, bahkan *Canva* menawarkan fasilitas gratis untuk pendidikan dan bagi desainer pemula (Rohmiasih, Rohmiati, & Sartika, 2023).

Logo UMKM yang telah dirancang idealnya dipadukan dengan desain kemasan produk sebagai tampilan atau pratinjau dari produk tersebut, yang umumnya disajikan dalam bentuk desain *mockup* (Saputri Mulyatini, & Basari, 2020). Dalam proses desain dan pengembangan produk, *mockup* berfungsi sebagai visualisasi dari sebuah konsep desain. Menurut Keenethics, *mockup* merupakan representasi *mid-fidelity* atau *high-fidelity* yang mencakup pemilihan warna, tata letak (*layout*), tipografi, ikonografi, navigasi visual, serta keseluruhan tampilan desain produk. Penggunaan *mockup* sebagai pratinjau produk memberikan nilai tambah tersendiri sebagai alat promosi dan sarana untuk mengenalkan produk kepada calon konsumen (Iskandar, Sari, & Fathurrohman, 2023). Melihat perkembangan saat ini, banyak pelaku UMKM yang mulai memanfaatkan platform online untuk memperluas jangkauan pemasaran produknya. Oleh karena itu, solusi yang dapat diterapkan adalah memulai dengan pembuatan desain logo dan *mockup*, agar produk dapat dipasarkan secara digital, mampu bersaing, serta meningkatkan daya jual (Dewi et al., 2023). Namun, tantangan yang kerap dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan kemampuan dalam mendesain kemasan dan logo produk, serta kurangnya pemahaman mengenai prosedur dan teknik dalam perancangan kemasan (Wadud & Fitriani, 2021).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian Universitas Islam Madura yang berfokus pada pengembangan keterampilan digital dalam bidang desain grafis, khususnya pembuatan logo bagi pelaku UMKM khususnya bagi pemula. Kegiatan ini peserta calon pelaku UMKM yaitu siswa-siswi dari SMA Yayasan Khairul Falah sebagai peserta sekaligus mitra pelatihan, mengingat mereka memiliki potensi besar sebagai generasi muda yang dapat diarahkan untuk menjadi pelaku usaha berbasis digital. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk membekali peserta dengan keterampilan dasar dalam mendesain logo menggunakan platform berbasis daring seperti *Canva*, sehingga mereka mampu menciptakan identitas visual produk yang menarik dan profesional. Logo sebagai elemen penting dalam *branding* menjadi hal yang krusial dalam pemasaran produk, terutama di era digital saat ini (Juhariah et al., 2024). Selain praktik desain, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya estetika visual, pemilihan warna, tipografi, serta makna simbol dalam desain logo. Kegiatan ini menjadi solusi atas keterbatasan akses pelatihan desain di kalangan pelajar dan calon pelaku UMKM pemula, serta memberikan peluang agar mereka mampu bersaing secara kreatif dalam pasar digital. Pelatihan ini mendapat respons positif dari peserta, ditandai dengan antusiasme mereka dalam mengikuti sesi praktik dan hasil desain logo yang cukup kreatif serta aplikatif. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa tidak hanya mampu mengembangkan keterampilan baru tetapi juga memiliki kesiapan untuk terjun ke dunia usaha sejak usia sekolah, sebagaimana ditegaskan dalam penelitian sebelumnya bahwa keterlibatan generasi muda dalam UMKM berbasis digital mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Baltasar et al., 2023). Adapun tujuan pelatihan ini sebagai pengabdian kepada masyarakat untuk menumbuhkan kreativitas dan efektivitas UMKM dengan memanfaatkan teknologi berbasis digital.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan metode prapelatihan, ceramah dan praktik langsung. Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 30 peserta calon pelaku UMKM dengan durasi waktu 6 hari. Data yang diperoleh dari hasil

penelitian di analisis secara kualitatif deskriptif dengan memfokuskan pada konten hasil pelatihan, yang kedua adalah analisis naratif, analisis ini di gunakan setelah di lakukan wawancara. Selain analisis secara kualitatif, hasil pengabdian ini juga di interpreatsikan dalam hasil penelitian kuantitatif, baik dalam bentuk persentase maupn dalam bentuk rician numerik pada tabel dan grafik. Adapun alur pengabdian dijelaskan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Kegiatan Pelatihan Desain *Canva* (Sumber: Penulis)

Berdasarkan Gambar 1, metode pengabdian terdiri dari tiga langkah, yaitu: Prapelatihan, Praktek, dan Evaluasi. Metode ceramah bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya branding dan memperkenalkan desain grafis serta aplikasi *Canva*. Materi sosialisasi meliputi: (1) Pengenalan logo dan fungsinya, (2) pengenalan *Canva*, (3) langkah langkah membuat logo di *Canva*, (4) tips mendesain logo yang baik. Sebelum dilakukan kepelatihan praktik desain juga dilakukan Metode Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) diawali dengan observasi melalui wawancara dan survey lokasi untuk mengetahui kondisi nyata serta permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM pemula kalangan siswa SMA di yayasan Khairul Falah desa Bungbaruh, khususnya terkait pengetahuan mengenai desain visual sebagai media promosi (Mutiarachim & Tyoso, 2024). Sesi tanya jawab juga berlangsung selama acara sosialisasi (Ariyani, Septiani, & Prasetyo, 2024).

Kegiatan pelatihan dilakukan dengan metode ceramah interaktif dan praktik langsung menggunakan wifi dan komputer yang tersedia di ruang TIK. (Sari, Rusdiana, & Putri, 2021) selanjutnya pemaparan materi, materi yang akan disampaikan berupa pengenalan desain logo dan praktik membuat logo menggunakan aplikasi seperti *Canva* (Kusumastuti et al., 2025). Materi yang disajikan akan mencakup pengenalan *Canva*; cara mendaftar di *Canva*; fitur-fitur yang tersedia untuk membuat logo dengan *Canva*; dan latihan praktis untuk membuat logo dengan *Canva*. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat ketercapaian kegiatan pelatihan dan melakukan diskusi dan tanya jawab kepada peserta pelatihan terkait hambatan yang dialami peserta selama kegiatan berlangsung (Irsan et al., 2021). Selanjutnya dilakukan pengumpulan data untuk studi ini menggunakan alat kuis pilihan ganda berisi 13 pertanyaan yang telah divalidasi keakuratannya (Sari & Yatri, 2023).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program kerelawanan, terutama dalam bentuk pelatihan keterampilan digital di sekolah, harus dimulai dengan tahap identifikasi kebutuhan, melalui wawancara awal dengan mitra sekolah. Adapun jumlah peserta yang mengikuti kegiatan ini sebanyak 30

peserta calon pelaku UMKM dengan durasi kegiatan pelatihan 6 hari. Kegiatan ini berperan strategis dalam mengumpulkan informasi detail mengenai kondisi sekolah, potensi peserta, sarana dan prasarana, serta ekspektasi dan dukungan sekolah terhadap program pelatihan yang direncanakan. Berikut Gambar 2 wawancara dengan pelaku dan calon pelaku UMKM Pemula.



Gambar 2. Wawancara dengan Tokoh Masyarakat Calon Pelaku UMKM Pemula

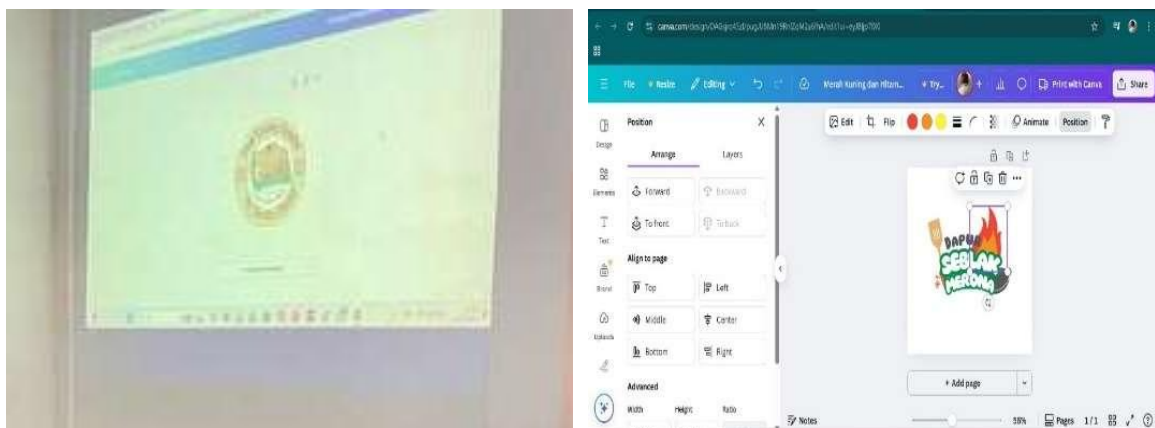
Hal ini memungkinkan perancangan program pelatihan yang lebih efektif dan spesifik konteks, serta memberikan hasil nyata. Tahap wawancara awal berfokus pada pengumpulan informasi tentang profil umum sekolah, seperti populasi siswa, jenjang akademik, jurusan dan spesialisasi yang tersedia, serta kegiatan ekstrakurikuler yang relevan. Informasi ini menjadi dasar untuk mengelompokkan peserta dan menyesuaikan materi kursus. Selain itu, penting untuk mengkaji pengalaman sekolah dalam menerapkan program pengembangan keterampilan digital. Kemudian, wawancara berfokus pada identifikasi kebutuhan dan harapan sekolah. Pertanyaan yang diajukan dapat meliputi: tantangan yang dihadapi siswa dalam mengembangkan keterampilan digital, keakraban mereka dengan aplikasi desain seperti *Canva*, dan harapan sekolah terhadap hasil jangka pendek dan jangka panjang dari kursus ini. Berdasarkan penelitian oleh (Ulfa et al., 2024), pelatihan desain berbasis *Canva* terbukti mampu meningkatkan keterampilan presentasi dan kreativitas guru di tingkat sekolah dasar, sehingga pendekatan serupa dinilai potensial untuk diterapkan kepada peserta didik. Aspek pertama yang perlu dianalisis adalah ketersediaan perangkat teknologi informasi dan komunikasi yang mencakup jumlah dan kondisi komputer, laptop, dan tablet yang tersedia di sekolah. Perangkat yang digunakan harus dalam kondisi baik dan kompatibel dengan aplikasi yang digunakan dalam pelatihan, seperti *Canva*, *Google Site*, atau perangkat lunak desain lainnya. Dokumentasi kesiapan sarana dan prasarana ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi Kesiapan Sarana dan Prasarana

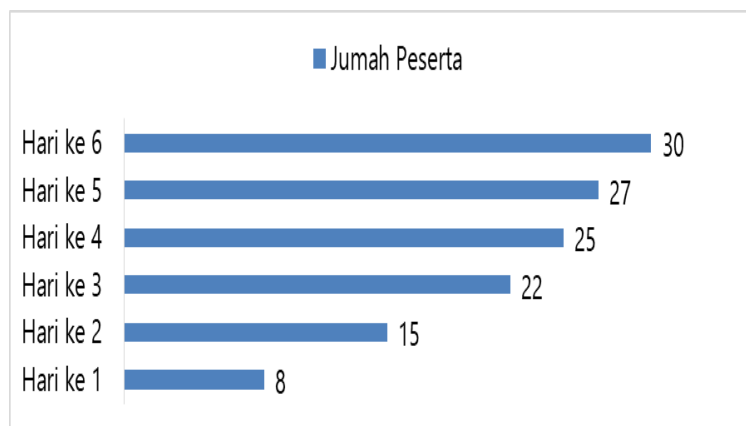
Pada proses pengecekan sarana prasarana di fokuskan pada kesiapan fisik alat komputer atau laptop yang akan di gunakan, kesiapan jaringan, dan kesiapan siswa dalam menggunakan teknologi. Penting untuk memastikan ketersediaan perangkat yang memadai, baik dari segi kuantitas maupun spesifikasi teknis. Aspek kedua adalah jaringan dan akses internet. Pelatihan daring maupun hibrida membutuhkan koneksi internet yang stabil dan cepat. Menilai kekuatan sinyal Wi-Fi, jangkauan jaringan di seluruh sekolah, dan ketersediaan bandwidth untuk sejumlah besar pengguna merupakan pertimbangan utama. Tim pengabdian juga perlu mengevaluasi kondisi sarana dan prasarana, seperti ketersediaan perangkat TIK, ruang pelatihan, serta akses internet.

Pendampingan yang diberikan oleh tim pengabdian Universitas Islam Madura dilaksanakan dengan pemberian pelatihan dasar bagi UMKM pemula. Pelatihan ini berupa pendampingan desain logo dengan menggunakan *Canva* untuk membranding produk yang mereka buat untuk meningkatkan nilai marketing UMKM. Pendampingan dalam mendesain logo diberikan untuk menciptakan branding produk umkm yang dibuat untuk menarik pembeli. *Branding* merupakan suatu yang penting dalam suatu produk terutama produk yang masih belum begitu familiar (Arisetyawan et al., 2023). Logo suatu produk yang baik mempresentasikan suatu merk tertentu untuk membangun kepercayaan konsumen, memperkuat citra merk, dan membedakan dengan produk yang sama dengan kompetitornya. Hal tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam mebranding produk terutama produk yang di pasaran secara di digital (Kusumastuti et al., 2025). Adapun hasil desain produk yang dibuat oleh calon pelaku umkm pemula di tunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Desain Logo Produk dengan *Canva*

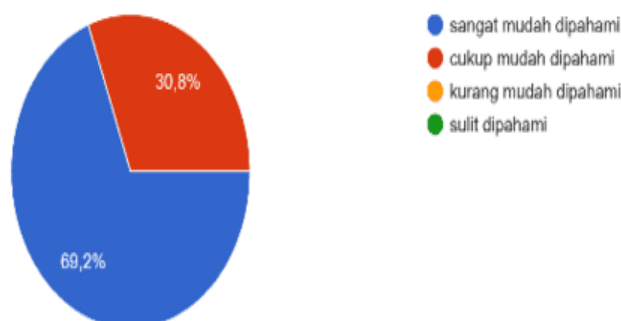
Hasil desain konten visual seperti Gambar 4 yang sudah dirancang sebelumnya kemudian disusun sedemikian rupa menyesuaikan dengan sasaran konsumen. Logo dibuat semenarik mungkin untuk memenuhi tujuan utama branding yaitu menarik konsumen untuk membeli atau berlangganan produk UMKM ini. Adapun rincian hasil pengabdian selama enam hari peningkatannya di tunjukkan pada grafik Gambar 5.



Gambar 5. Rincian Hasil Pelatihan Hari ke 1 sampai Hari ke 6

Berdasarkan gambar 5 grafik hasil pelatihan, peserta jumlah peserta yang berhasil mendesain logo merk UMKM semakin hari semakin bertambah. Hal ini tidak lepas dari peran pelatih atau pendamping yang selalu intens memberikan arahan. Peran pendamping merupakan hal yang sangat di butuhkan untuk mencapai keberhasilan pelatihan (Isnaini, Sulistiyan, & Putri, 2021; Rohmiasih, Rohmiati, & Sartika, 2023). Desain logo produk yang ditampilkan oleh para calon pelaku UMKM terlihat menarik, hal ini membuktikan bahwa branding suatu produk benar-benar dikerjakan dengan sungguh-sungguh. Logo dari suatu produk yang dapat menarik konsumen memberikan citra positif terhadap produk tersebut (Jonathan & Valentina, 2023). Berdasarkan hasil pelatihan pendampingan desain logo produk sebagaimana ditunjukkan pada gambar 5 sebagaimana diuraikan diatas, memberikan dampak yang baik bagi calon pelaku umkm khususnya UMKM pemula.

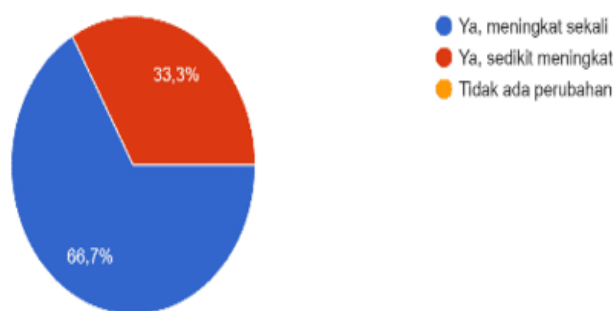
Hasil Peningkatan keterampilan desain logo dengan menggunakan *Canva*, maka tim pengabdian memberikan survey yang di isi oleh calon pelaku umkm yang mengikuti pelatihan dengan menggunakan google form. Adapun hasilnya dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Respon Peserta tentang Kemudahan Memahami Desain Logo

Berdasarkan gambar 6, peserta pelatihan memberikan respons sangat positif dalam artian mereka sangat memahami tentang cara pembuatan logo branding produk UMKM

mereka. Adapun pertanyaan tentang pemahaman desain: "Bagaimana pemahaman kalian tentang materi yang disampaikan tim pengabdian tentang desain logo dengan *Canva*?". Peserta pelatihan 69,2% sangat mudah memahami materi pelatihan dan 30,8% menjawab cukup mudah dipahami. Berdasarkan hasil ini, pelatihan desain logo oleh tim pengabdian kepada calon pelaku umkm desa bungbaruh kadur pamekasan telah mencapai batas yang baik yaitu diatas 50% mereka memberikan jawaban yang sangat baik. Pemahaman yang baik terhadap suatu materi pelatihan akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan keterampilan (Tiawan et al., 2020). Selanjutnya Tim mengadakan survey kepada peserta didik dengan pertanyaan: Apakah anda merasa kemampuan digital anda meningkat setelah pelatihan?, Jawaban atas peratanyaan ini dapat dilihat seperti pada Gambar 7.



Gambar 7. Respons Peserta terhadap Peningkatan Kemampuan Digital

Berdasarkan gambar 7, hasil Jawaban peserta pelatihan atas pertanyaan tentang tingkat kemampuan digital dapat kita lihat bahwa 66,7% peserta pelatihan memberikan jawaban meningkat sekali, dan sebanyak 33,3% menjawab sedikit meningkat. Berdasarkan hasil survey tersebut dapat kita lihat bahwa kemampuan peserta pelatihan mengalami peningkatan yang sangat baik. Peningkatan ini tidak lepas dari peran tim pengabdian dalam memberikan bimbingan dan arahan terhadap peserta pelatihan. Pemberian arahan dan bimbingan yang maksimal akan memberikan efek positif terhadap kemampuan seseorang, baik secara kognitif amupun psikomotorik (Isnaini, Sulistiyani, & Putri, 2021). Psikomotorik seseorang dapat meningkat karena seringnya ada interaksi, interaksi ini akan membentuk suatu domain yang berdampak positif terhadap ranah tersebut. Berdasarkan hasil desain dan hasil survey terhadap peserta pelatihan, diketahui bahwa pemberian pelatihan dalam mendesain logo dengan menggunakan kanva meberikan efek positif terhadap kemampuan calon pelaku UMKM di desa bungbaruh kecamatan kadur kabupaten pamekasan.

Temuan ini sejalan dengan studi (Hirzan, Daru, & Hartanto, 2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis teknologi dan praktik langsung dapat meningkatkan partisipasi aktif, kreativitas, dan motivasi siswa dalam kegiatan kewirausahaan. Pelatihan ini juga membuka peluang bagi sekolah mitra untuk mengintegrasikan keterampilan desain dan pemasaran digital ke dalam kegiatan ekstrakurikuler atau program kewirausahaan sekolah. Selain itu, tampilan kemasan baru membantu pelaku UMKM lebih percaya diri untuk mempromosikan produknya di sosial media agar produk mereka dapat meningkatkan daya tarik konsumen untuk membelinya (Maulana & Kuswandi, 2024).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pengabdian dapat disimpulkan bahwa peserta pelatihan yaitu calon pelaku umkm pemula mengalami peningkatan keterampilan dalam mendesain logo produk hasil umkm, Hal ini dapat dilihat dari hasil karya yang mereka buat dan hasil survey ang dilakukan oleh tim pengabdian kepada peserta. Hasil survey ini menyatakan bahwa lebih dari 50% peserta telah mengalami peningkatan kemampuan dan keterampilan dalam mendesain logo dengan menggunakan aplikasi *Canva*. Hasil ini memberikan respon terhadap tantangan kemajuan era industri 4.0 yang salah satu tujuannya adalah membentuk keterampilan *soft skill* dan *hard skill* yang di kenal dengan keterampilan 4C. Rekomendasi penelitian lanjutan, untuk penelitian selanjutnya dalam memberikan pelatihan yang berbasis digital sebaiknya melibatkan peran *Artificial Intelligence* secara signifikan untuk membantu peserta pelatihan dapat mengakses informasi dan searching hasil produk mereka.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak Universitas Islam Madura yang telah berkenan membiayai pengabdian ini. Harapan kami selaku tim pengabdian hasil ini memberikan dampak yang positif dan dapat dilanjutkan ketahap jenjang yang lebih tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A., Evangeulista, G., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 33-42. DOI: <https://doi.org/10.37479/jkeb.v16i1.20799>
- Ainun, N., Maming, R., & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Branding pada Umkm. *Jesya*, 6(1), 674-681. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan Desain Mockup dan Logo sebagai Branding Produk untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(5), 2640-2651.
- Arisetyawan, K., Rachmawati, L., Nur'aini, S., Nur Adha, A. A., Firmansyah, A. H., Ardini, C. A., & Ariyadi, A. A. (2023). Sosialisasi Digital Marketing UMKM dalam Optimalisasi Potensi Ekonomi Desa. *International Journal of Community Service Learning*, 7(2), 239-247. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v7i2.56878>
- Ariyani, N., Septiani, M., & Prasetyo, T. (2024). Pelatihan Pembuatan Desain Logo/ Merek/ Template Design Promosi dengan Aplikasi Canva di Kelurahan Kebayoran Lama Jakarta Selatan. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(3), 2922-2929.
- Baltasar, S., Gumilar, D., Rasyid, R., & Perdiansyah, A. D. (2023). Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Idea Abdimas Jurnal*, 2(1), 25-41.
- Destrina, A. A., Lukyanto, G. C., Dewanti, M. C., & Aminah, S. (2022). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Branding pada UMKM Rajutan BKL Bismo. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(2), 1473-1478.

- Dewi, N. K. T., Mandira, I. M. C., Kusuma, P. S. A. J., & Wijaya, G. C. (2023). Pembuatan Design Logo dalam Penunjang UMKM “Entil” Makanan Khas Desa Penatahan. *Abdimas Galuh*, 5(1), 617-624. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i1.9973>
- Effendi, N. I. (2021). Model Peningkatan Kinerja Wirausaha UMKM Etnis Non-Melayu melalui Modal Sosial di Kabupaten Bungo (a Preliminary Research). *Jurnal Manajemen Sains*, 1(2), 166-177. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36355/jms.v1i2.558>
- Farisi, S. A., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73-84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Hirzan, A. M., Daru, A. F., & Hartanto, A. (2025). Peningkatan Kemampuan Pemanfaatan Canva untuk Kreasi Digital di SMK Walisongo Semarang. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 629-634. <https://doi.org/10.62411/ja.v8i2.2904>
- Irsan, I., G, A. L. N., Pertiwi, A., & R, F. (2021). Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Inovatif Menggunakan Canva. *Jurnal Abdidas*, 2(6), 1412-1417. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i6.498>
- Iskandar, J., Sari, Y. K., & Fathurrohman, A. (2023). Pelatihan Desain Mockup dan Logo sebagai Branding Produk untuk Meningkatkan Nilai Jual bagi UMKM di Desa Rejotangan Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(8), 1417-1424. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i8.373>
- Isnaini, K. N., Sulistiyani, D. F., & Putri, Z. R. K. (2021). Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Canva. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 291-295.
- Javaria, K., Masood, O., & Garcia, F. (2020). Strategies to Manage the Risks Faced by Consumers in Developing E-Commerce. *Insights into Regional Development*, 2(4), 774-783. DOI:10.9770/IRD.2020.2.4(4)
- Jonathan, A. C., & Valentina, A. (2023). Peran Desain Grafis pada Peningkatan Brand Awareness Konten Media Sosial Instagram Brand K. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 108-116.
- Juhariah, J., Triatmaja, N. A., Santi, D. M. T., Sari, N., Setianingsih, P. R., Warsiti., Umam, A. K., Toro, B., Ma'arif, R. F., Rahmad, D., Berllind, J. Y., & Nugroho, I. F. (2024). Pemberdayaan Perempuan untuk Meningkatkan UMKM melalui Pemasaran dan Sertifikasi Halal di Desa Jombang. *Krida Cendekia*, 2(3), 1-7.
- Kusumastuti, A. D., Navita, D. A., Setiawati, C. E., Ardiansyah, F., & Putri, A. J. A. (2025). Melatih Warga dalam Membuat Logo, Kemasan Produk yang Menarik, serta Strategi Pemasaran Digital melalui Media Sosial dan E-Commerce. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 1722-1726.
- Maulana, A. R., & Kuswandi, A. (2024). Pelatihan Desain Logo dan Kemasan UMKM Keripik Pisang Desa Trunamanggala melalui Penjualan Digital Marketing. *An-Nizam*, 3(2), 269-279. <https://doi.org/10.33558/an-nizam.v3i2.9747>
- Mutiarachim, A., & Tyoso, J. S. P. (2024). Pelatihan Pembuatan Media Promosi Mudah dan Menarik dengan Aplikasi Canva untuk UMKM di Desa Blerong Kabupaten Demak.

*Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, 4(1), 1-9.  
<https://doi.org/10.35870/jpmn.v4i1.2654>

- Resmini, S., Satriani, I., & Rafi, M. (2021). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Canva sebagai Media Pembuatan Bahan Ajar dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *Abdimas Siliwangi*, 4(2), 335-343.
- Rohmiasih, C., Rohmiati, C., & Sartika, S. (2023). Pemanfaatan Media Pembelajaran Canva sebagai Upaya Mewujudkan Transformasi Pendidikan. *Prosiding Seminar Nasional*, 1(1), 69-73.
- Saputri, D., Mulyatini, N., & Basari, A. (2020). Pengaruh Tagline dan Brand Ambassador terhadap Brand Awareness (Studi pada Produk Motor Yamaha di PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 80-92.
- Sari, H. R., & Yatri, I. (2023). Video Animasi melalui Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Hasil Belajar Bahasa Indonesia Siswa Sekolah Dasar. *Edukasiana: Jurnal Inovasi Pendidikan*, 2(3), 159-166. <https://doi.org/10.56916/ejip.v2i3.381>
- Sari, V. K., Rusdiana, R. Y., & Putri, W. K. (2021). Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran menggunakan Canva bagi Guru SMPN 1 Tegallampel Bondowoso. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(3), 209-213. <https://doi.org/10.29303/jpmppi.v4i3.952>
- Tiawan, Musawarman, Sakinah, L., Rahmawati, N., & Salman, H. (2020). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Tingkat SMK di SMKN 1 Gunung Putri Bogor. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 476-480. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.417>
- Ulfa, M., Mentia, D. P., Nadila, P., Jariah, A., & Khairunnisa, K. (2024). Peningkatan Keterampilan Presentasi Guru Sekolah Dasar melalui Pelatihan Canva Interaktif di SDN 53 O'I Fo'O. *Jurnal Widya Laksmi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 123-128. <https://doi.org/10.59458/jwl.v4i2.90>
- Varnali, K. (2010). The Impact of the Internet on Marketing Strategy. *International Journal of E-Business Research*, 6(4), 38-51. <https://doi.org/10.4018/jebr.2010100104>
- Wadud, A. M., & Fitriani, E. (2021). Pelatihan Desain Kemasan dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Kabupaten Kuningan. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 177-186. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i2.9249>