

Pelatihan Pemasaran Instagram untuk UMKM Nasi Tumpeng Kang Ca'di: Pemanfaatan ChatGPT dan Canva

**Muhammad Aththur Shadiq¹, Ariell Goldina Suciawan², Fedianty Rosalynda Rante Tasak³,
Ronny Wijaya⁴, Aileen Chandra⁵, William Tan⁵, Davin Endri Setiawan⁶, Yuyun Karystin
Meilisa Suade⁷**

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar

Email: maththur@student.ciputra.ac.id, agoldina@student.ciputra.ac.id,
frosalynda@student.ciputra.ac.id, rwijaya08@student.ciputra.ac.id,
achandra13@student.ciputra.ac.id, williamtan01@student.ciputra.ac.id,
dsetiawan05@student.ciputra.ac.id, yuyun.suade@ciputra.ac.id

Abstract

Marketing through social media, particularly Instagram, plays a vital role in developing Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. In this context, content consistency and understanding of generative AI technology (ChatGPT) and graphic design applications (Canva) are essential factors for MSMEs. This service activity study aims to train Nasi Tumpeng Kang Ca'di MSMEs in optimizing digital marketing through ChatGPT and Canva. The training method was conducted online through Zoom, involving initial interviews, visits to MSME locations, MSME showcases, and preparation and implementation of training materials. The evaluation was conducted through questionnaires to measure the understanding and effectiveness of the training. The results showed increased MSMEs' understanding and skills in creating attractive and consistent marketing content on Instagram. This activity is expected to strengthen MSMEs' digital marketing strategies and positively impact business development in the digital era.

Keywords: Instagram, AI, ChatGPT, Canva

Abstrak

Pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram, memainkan peran kunci dalam perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Dalam konteks ini, konsistensi konten dan pemahaman terhadap teknologi generative Artificial Intelligence (AI) Chat GPT dan aplikasi desain grafis (Canva) menjadi faktor penting bagi UMKM. Studi Abdimas ini bertujuan memberikan pelatihan kepada UMKM Nasi Tumpeng Kang Ca'di dalam mengoptimalkan pemasaran digital melalui penggunaan Chat GPT dan Canva. Metode pelatihan dilakukan secara daring melalui Zoom, melibatkan wawancara awal, kunjungan ke lokasi UMKM, showcase UMKM, serta persiapan dan pelaksanaan materi pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner untuk mengukur pemahaman dan efektivitas pelatihan. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam menciptakan konten pemasaran yang menarik dan konsisten di Instagram. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat strategi pemasaran digital UMKM dan memberikan dampak positif pada pengembangan bisnis di era digital.

Kata Kunci: Instagram, AI, ChatGPT, Canva

1. PENDAHULUAN

Teknologi *Generative Artificial Intelligence* (AI) telah menjadi fenomena utama yang dapat membantu pekerjaan manusia, terutama dalam pemasaran media sosial. Media sosial saat ini sedang menjadi tren dalam bidang pemasaran. Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial adalah sekelompok aplikasi yang terhubung internet yang dibangun berdasarkan kerangka Web 2.0 yang memungkinkan adanya pertukaran informasi antara pengguna internet melalui kreativitas pembuatan konten. UMKM memberikan sumbangan penting kepada perekonomian Indonesia dan perkembangan pemasaran media sosial Instagram pada UMKM menjadi topik utama. Penggunaan teknologi dalam pemasaran media sosial bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelanggan dengan menyesuaikan diri dengan kebutuhan mereka (Chaffey, 2013).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM menyumbang sekitar 99% dari keseluruhan unit usaha di Indonesia, dengan kontribusi terhadap PDB mencapai 60,5% dan menyerap 96,9% dari total tenaga kerja nasional Kementerian (Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022, October 3)). Selain itu, UMKM juga mampu bertahan dalam situasi ekonomi sulit, seperti yang terjadi selama pandemi Covid-19. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap sekitar 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja, serta dapat menghimpun hingga 60,4% dari total investasi (M. Junaidi). Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia dapat dirangkum menjadi : Sarana mengentaskan masyarakat dari kemiskinan, Sarana untuk meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil, dan Memberi devisa bagi Negara. Dengan kontribusi dan peran pentingnya, pemerintah Indonesia terus memberikan dukungan kepada UMKM melalui berbagai kebijakan dan program, seperti pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan program pelatihan serta pemasaran. Melalui peranannya, UMKM juga turut memperluas kesempatan kerja, membentuk Produk Domestik Bruto (PDB), serta menjadi salah satu pilar dalam penggerak pemulihan ekonomi nasional. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sumbangsih UMKM kepada perekonomian Indonesia sangat signifikan dan terus didukung oleh pemerintah.

Pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram, memiliki dampak yang signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Media sosial memungkinkan UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, dan memahami konsumen dengan lebih baik (alamisharia, 2023). Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku UMKM telah menjadikan media sosial, termasuk Instagram, sebagai salah satu cara pemasaran yang efektif, terutama selama pandemi Covid-19. Pemanfaatan media sosial, termasuk Instagram, juga memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun *brand awareness*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perkembangan pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram, telah memberikan kontribusi positif dalam memajukan UMKM di Indonesia.

Dalam pemasaran melalui media sosial yang baik diperlukan adanya konten yang dapat menarik bagi para calon konsumen, maka dalam pembuatan konten yang menarik dapat menggunakan satu alat yaitu Canva. Canva adalah aplikasi desain grafis yang dapat digunakan untuk membuat konten pemasaran media sosial Instagram (sab.id, 2023) Dalam Canva, pengguna dapat membuat berbagai jenis desain, termasuk poster, presentasi, logo, dan konten visual untuk media sosial, termasuk Instagram. Canva menyediakan berbagai template, foto, font, dan ilustrasi yang dapat digunakan untuk membuat

desain yang menarik dan profesional. Dengan Canva, UMKM dapat membuat konten pemasaran Instagram yang menarik dan unik, sehingga dapat meningkatkan brand awareness dan menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan demikian, Canva dapat menjadi alat yang efektif bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan melalui media sosial Instagram.

Akun media sosial yang tidak optimal adalah akun yang tidak memiliki konsistensi dalam pengunggahan konten pemasaran di Instagram. Hal ini dapat menghambat kinerja akun media sosial, seperti menurunnya jumlah pengikut, kurangnya interaksi, dan rendahnya tingkat keterlibatan pengguna. Selain itu, konten yang tidak relevan, tidak menarik, tidak terstruktur, dan tidak terkonsisten dalam pengunggahan dan pengelolaan juga dapat menghambat kinerja akun media sosial. Untuk mengatasi masalah ini, UMKM dapat menggunakan berbagai strategi pemasaran di Instagram, seperti membuat konten yang relevan, menarik, dan terstruktur, serta memperluas jangkauan pasar dan membangun *brand awareness* (Qontak,2023). Selain itu, UMKM juga dapat menggunakan aplikasi desain grafis seperti Canva untuk membuat konten pemasaran yang menarik dan unik. Dengan menjaga konsistensi dalam pengunggahan konten pemasaran di Instagram, UMKM dapat meningkatkan kinerja akun media sosial dan memperluas jangkauan pasar.

Dalam konteks pembuatan konten pemasaran di media sosial Instagram, terkadang UMKM hanya melakukan pengunggahan konten ketika memiliki pekerja lepas (*freelancer*) desain grafis. Hal ini dapat mengakibatkan ketidak-konsistensi dalam pengunggahan konten pemasaran di Instagram, sehingga kinerja media sosial tidak optimal. Namun, jika terus menggunakan *freelancer* desain grafis, tentu akan memakan biaya yang lebih banyak. Oleh karena itu, UMKM dapat memanfaatkan aplikasi desain grafis seperti Canva untuk membuat konten pemasaran yang menarik dan unik tanpa harus menggunakan jasa *freelancer* desain grafis. Selain itu, UMKM juga dapat memanfaatkan berbagai template dan fitur yang disediakan oleh Instagram untuk membuat konten pemasaran yang menarik dan konsisten (Veranita, M., Almamalik, L., & Ikhsan, S. (2022)). Dengan demikian, UMKM dapat mengoptimalkan kinerja media sosial Instagram tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar untuk menggunakan jasa *freelancer* desain grafis. Dalam jangka panjang, UMKM juga dapat mempertimbangkan untuk merekrut karyawan tetap yang memiliki keahlian di bidang desain grafis untuk memastikan konsistensi dan kualitas konten pemasaran di media sosial Instagram.

Saat ini, UMKM Nasi Tumpeng Kang Ca'di hanya memiliki banyak karyawan untuk membantu pemilik UMKM / *business owner* dalam produksi produknya. Dalam kegiatan abdi masyarakat kali ini, kami akan melakukan dengan metode pelatihan yang dimana sudah banyak dilakukan oleh penulis-penulis sebelumnya. Sehingga tujuan pelatihan ini dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada pemilik UMKM / *business owner* mengenai penggunaan *tools generative AI* Chat GPT dalam membantu memberikan ide-ide konten pemasaran dan content planning dan penggunaan Canva dalam membuat konten dalam bentuk desain grafis dari ide-ide yang dibuat oleh Chat GPT.

Dengan pelatihan ini, pemilik UMKM / *business owner* dapat memperoleh kemahiran dalam menggunakan *tools generative AI* Chat GPT dan Canva untuk membantu membuat konten pemasaran yang menarik dan konsisten. Hal ini akan membantu UMKM Nasi Tumpeng Kang Ca'di dalam meningkatkan kinerja media sosial di Instagram dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pelatihan ini juga akan membantu pemilik UMKM / *business owner* dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan memperluas kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja.

2. METODE PELAKSANAAN

Dalam merancang dan melaksanakan pengabdian masyarakat ini, kolaborasi telah dibentuk dengan UMKM Sulawesi Selatan yang bernama "Nasi Kuning Kang Ca'di," yang didirikan oleh Hermawan Rakhmat dan Susi Irnawati. UMKM ini memiliki fokus utama pada layanan cepat nasi tumpeng atau yang dikenal sebagai layanan express. Lokasinya terletak di Jalan Abubakar Lambogo Lorong 14 No.6, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, dan menjadi bagian dari Pusat Layanan Usaha Terpadu (PUT PLUT). Kolaborasi ini tidak hanya mencakup dukungan material tetapi juga pertukaran informasi mengenai kendala yang dihadapi oleh UMKM tersebut, memungkinkan tim Abdimas untuk menyusun solusi yang sesuai dan berdampak positif.

Adapun tahapan atau sistematis dengan rinci mengenai metode dan pelaksanaan yang diimplementasikan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

a. Wawancara

Langkah pertama kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melakukan wawancara dengan pihak UMKM. Untuk memahami permasalahan yang dihadapi, maka kunjungilah lokasi UMKM. Proses ini melibatkan diskusi intensif untuk menentukan masalah mana yang dapat dijawab dengan kontribusi dari kegiatan pengabdian. Koordinasi pun dilakukan untuk memastikan pihak UMKM bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

b. Persiapan

Tahap persiapan melibatkan penyusunan materi pengantar yang mencakup tips pemasaran Instagram, penggunaan ChatGPT untuk content planning, pencarian ide konten pemasaran di Instagram, dan cara membuat konten desain grafis menggunakan Canva berdasarkan ide-ide yang dihasilkan oleh ChatGPT. Pada tahap ini, peserta juga diberikan pemahaman dasar mengenai prinsip desain dan etika dalam pembuatan konten, serta penggunaan tools AI.

c. Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan secara daring melalui platform Zoom. Tim abdimas memberikan arahan mengenai penggunaan aplikasi ChatGPT dan Canva. Peserta aktif terlibat dalam sesi pelatihan, di mana mereka diberikan kesempatan untuk menerapkan langsung dari materi-materi yang disampaikan dan membuat kontennya sendiri. Tim abdimas memberikan pendampingan aktif untuk memastikan interaksi yang positif dan efektif selama pelatihan.

d. Evaluasi

Setelah sesi pelatihan, dilakukan evaluasi dengan memberikan kuesioner kepada partisipan. Kuesioner mencakup penilaian terhadap pemahaman konsep ChatGPT, efektivitas prompting, pemahaman tools dasar Canva (template, shapes, text, elemen, upload gambar), pemahaman dasar prinsip desain, dan pemahaman etika dalam pembuatan konten. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk pengembangan lebih lanjut dan perbaikan dalam pelaksanaan kegiatan selanjutnya.

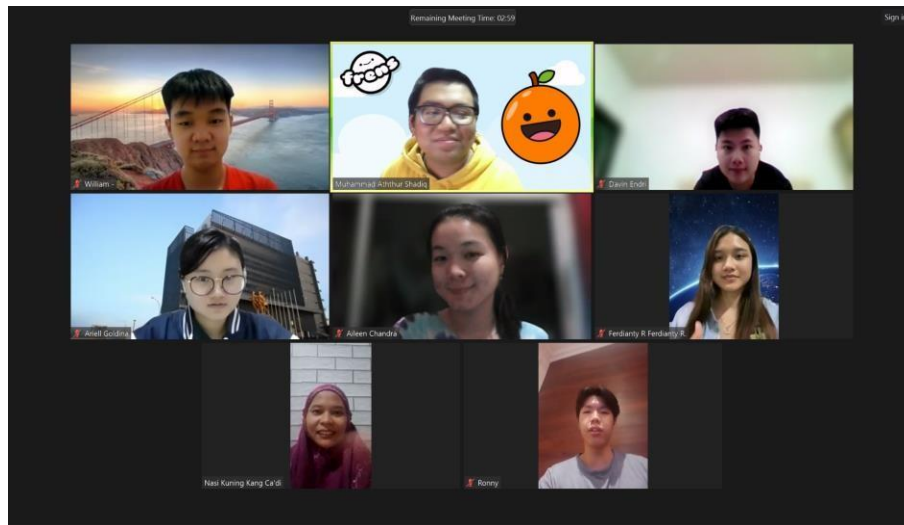
Melalui tahapan ini, diharapkan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat memberikan dampak

positif dalam peningkatan keterampilan pemasaran digital UMKM dan memperkuat pemahaman etika serta prinsip dasar desain dalam pemanfaatan teknologi AI.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pertemuan Perdana melalui Zoom (25 Oktober 2023)

Pada tanggal 25 Oktober 2023, dilakukan pertemuan via Zoom antara pihak Tim Abdimas dan UMKM. Pertemuan ini bertujuan untuk merinci permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, khususnya terkait kurangnya konsistensi dalam pembuatan konten pemasaran media sosial Instagram.



Gambar 1. Pertemuan Perdana melalui Zoom

b. Kunjungan ke Tempat UMKM

Pada tanggal 8 November 2023, mahasiswa melaksanakan kunjungan ke tempat UMKM. Tujuan dari kunjungan ini adalah untuk mendiskusikan secara lebih rinci permasalahan yang teridentifikasi sebelumnya. Fokus pembahasan adalah kurangnya konsistensi dalam pembuatan konten pemasaran di platform Instagram.



Gambar 2. Kunjungan Lokasi UMKM untuk Berdiskusi

c. Showcase UMKM

Tim Abdimas berpartisipasi dalam kegiatan "Showcase UMKM" di Kampus Ciputra Makassar pada tanggal 13 Desember 2023. Selain memamerkan UMKM, tim juga melakukan presentasi mengenai ide dan inovasi yang akan diimplementasikan dalam kegiatan abdimas. Ini merupakan upaya untuk memperkenalkan dan mempromosikan kegiatan yang akan dilakukan.



Gambar 2. Pameran di kegiatan "Showcase UMKM" Kampus Ciputra Makassar

d. Persiapan Materi Pelatihan

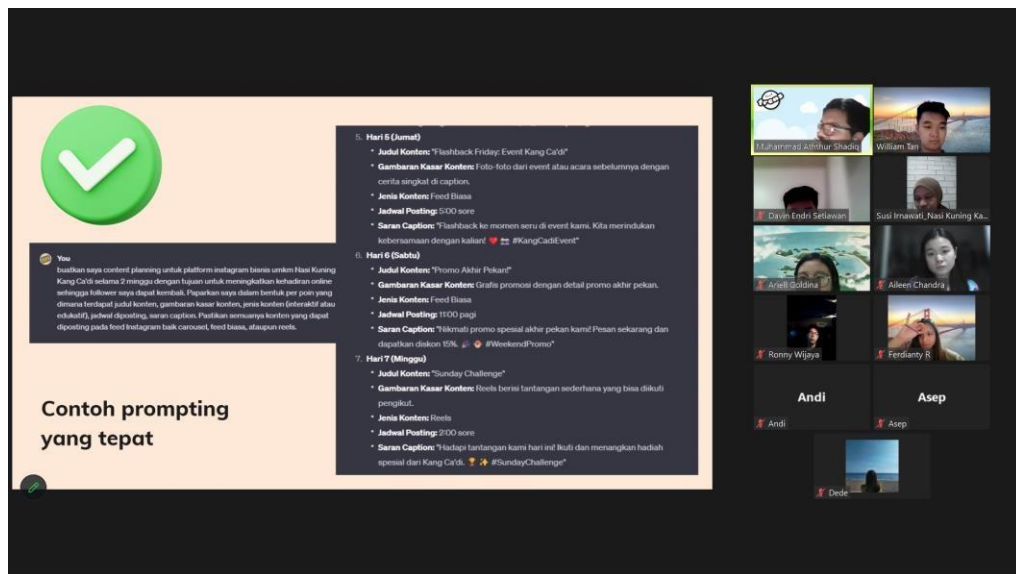
Pada tanggal 6 Januari 2024, Tim Abdimas mempersiapkan materi pengantar untuk pelatihan. Materi mencakup tips pemasaran Instagram, penggunaan ChatGPT untuk content planning, ide konten pemasaran di Instagram, dan pembuatan konten desain grafis menggunakan Canva. Keseluruhan materi ini diarahkan untuk memastikan keberhasilan pelatihan yang akan datang.



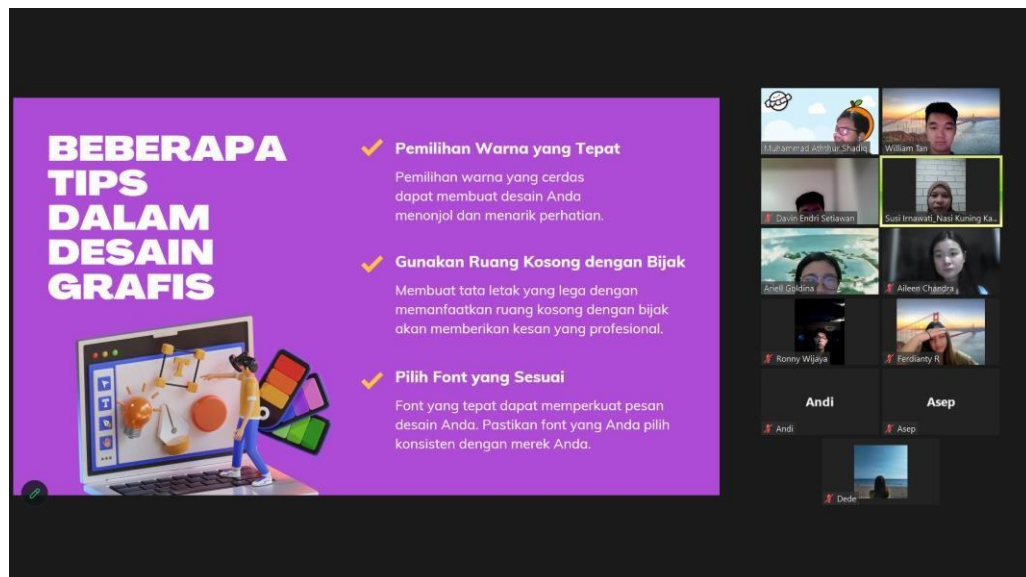
Gambar 4. Persiapan Materi Pelatihan

e. Pelatihan Penggunaan ChatGPT dan Canva

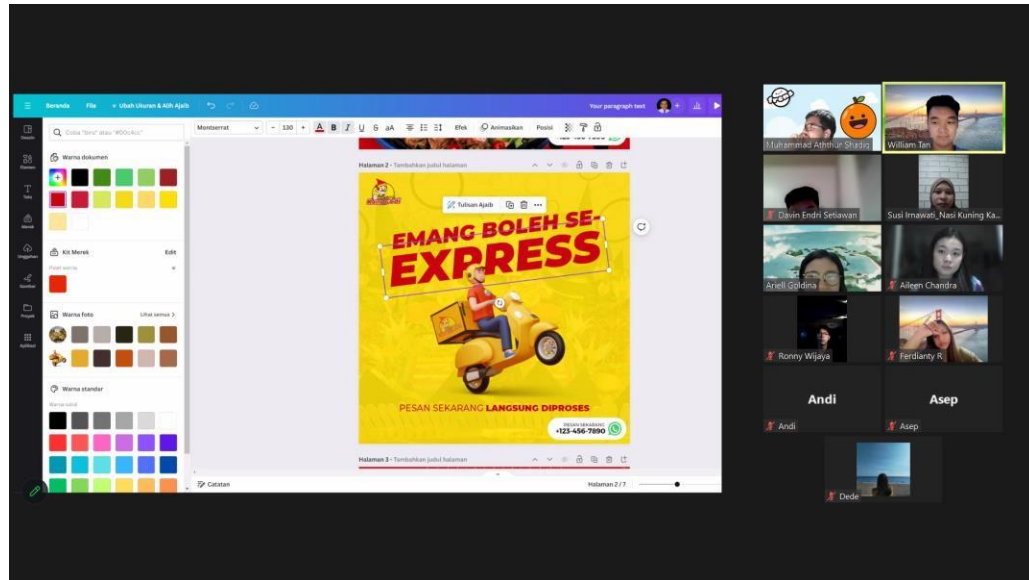
Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 18 Januari 2024 melalui platform Zoom. Muhammad Aththur Shadiq menyampaikan materi tentang penggunaan ChatGPT untuk menghasilkan ide konten pemasaran dan content planning. Sementara itu, Ariell Goldina Suciawan membawakan materi tentang penggunaan Canva dalam pembuatan desain grafis atau visualisasi konten dari ide-ide yang dihasilkan oleh ChatGPT. Materi pembukaan juga mencakup pengantar mengenai perkembangan fenomena kecerdasan buatan (AI) yang semakin pesat. Selama pelatihan, terdapat sesi praktik langsung dan pendampingan dari Tim Abdimas kepada UMKM melalui Zoom.



Gambar 5. Sesi Pengantar ChatGPT



Gambar 6. Materi Tips Dalam Desain Grafis



Gambar 7. Praktik Langsung Penggunaan Canva

f. Pembahasan Hasil dan Temuan

Hasil kegiatan ini mencakup pemahaman yang ditingkatkan tentang penggunaan ChatGPT dan Canva dalam meningkatkan konsistensi konten pemasaran UMKM di Instagram. Temuan ini didukung oleh hasil umpan balik dari kuesioner pelatihan yang dibagikan ke pihak dari UMKM sebagai partisipan pelatihan dan hasil dari pelatihan ChatGPT dan Canva. Pembahasan melibatkan analisis mendalam terhadap dampak positif yang diharapkan terhadap keterampilan pemasaran media sosial UMKM dan upaya untuk meningkatkan konsistensi dalam pembuatan konten di platform Instagram.



Gambar 8. Hasil Desain Grafis Para Partisipan Dengan Menggunakan Canva

Pertanyaan	Pilihan	Jumlah Responden yang memilih
Seberapa Puas Anda dengan Pelatihan ini?	Sangat Puas	1
	Puas	3
	Tidak Puas	0

Pemahaman Materi yang Disampaikan?	Baik	2
	Cukup	0
	Kurang	0
Menurut Anda, Sejauh Mana Pelatihan Ini Membantu Meningkatkan Keterampilan Anda dalam Pemasaran di Instagram?	Meningkat secara signifikan	1
	Meningkat	2
	Tidak banyak perubahan	1
	Tidak ada perubahan	0
Bagaimana Pengalaman Anda dalam Menggunakan ChatGPT untuk Content Planning dan Ide Konten?	Sangat Mudah	1
	Mudah	2
	Agak Sulit	1
Apakah Anda Merasa Materi ChatGPT Relevan dan Bermanfaat untuk Kegiatan Pemasaran di Instagram?	Sangat relevan dan bermanfaat	1
	Relevan dan bermanfaat	3
	Kurang relevan	0
	Tidak bermanfaat	0
Bagaimana Pengalaman Anda dalam Membuat Konten Desain Grafis Menggunakan Canva dari Ide-ide ChatGPT?	Sangat Mudah	3
	Mudah	1
	Agak Sulit	0
	Sulit	0
Apakah Anda Merasa Materi Canva Memberikan Wawasan yang Diperlukan untuk Menciptakan Desain Grafis yang Menarik?	Sangat membantu	2
	Membantu	2
	Kurang membantu	0
	Tidak Membantu	0

4. PENUTUP

Kegiatan ini berkontribusi signifikan dalam memahami penggunaan ChatGPT dan Canva dalam rangka meningkatkan konsistensi kampanye pemasaran UKM di Instagram. Temuan penelitian ini didukung oleh umpan balik yang dikumpulkan dari kuesioner pelatihan yang dikirimkan kepada UMKM yang berpartisipasi.

Penggunaan ChatGPT dan Canva efektif meningkatkan keterampilan pemasaran digital UMKM. Alat-alat ini tidak hanya membantu UMKM memahami kebutuhan audiens, tetapi juga memberi UMKM kemampuan untuk membuat konten yang relevan platform Instagram.

Kami akan menyiapkan program pelatihan lanjutan bagi UMKM untuk menggunakan ChatGPT dan Canva secara mendalam. Ini akan membantu UMKM meningkatkan keterampilan UMKM dalam mengoptimalkan alat-alat ini guna mendapatkan hasil yang lebih baik dari strategi pemasaran digital.

Setelah pelatihan, kami menerapkan sistem untuk memantau kinerja konten pemasaran. Ini dapat mencakup pemantauan statistik engagement, pertumbuhan followers, dan respons pelanggan terhadap konten yang sudah dihasilkan. Pemantauan ini membantu kami mengevaluasi efektivitas penggunaan ChatGPT dan Canva untuk meningkatkan konsistensi konten

Kami akan melakukan evaluasi periodik terhadap penggunaan alat-alat ini dan mengukur dampaknya terhadap peningkatan konsistensi dan efektivitas program pemasaran UKM. Hasil evaluasi dapat menjadi dasar perubahan strategi pengajaran dan pendekatan yang lebih efektif di masa depan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih berisi mengenai pihak-pihak yang turut membantu dalam penelitian ini, seperti narasumber, pemberi dana dan lainnya. Dengan tulus, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Nasi Tumpeng Kang Ca'di sebagai UMKM yang telah berkontribusi secara luar biasa dalam penelitian ini. Kepada Ibu Susi Irnawati, pemilik Nasi Tumpeng Kang Ca'di, kami menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu, pengetahuan, dan kerjasama yang diberikan sebagai narasumber utama dalam penelitian kami. Kontribusi berharga dari Nasi Tumpeng Kang Ca'di dan Ibu Susi Irnawati telah melengkapi penelitian ini dengan wawasan praktis yang tak ternilai, membantu kami memahami lebih dalam dinamika UMKM dalam konteks pemasaran. Semua ini tidak hanya menjadi bagian dari laporan jurnal ini, tetapi juga sebuah apresiasi atas keterlibatan dan dukungan yang telah menjadi fondasi utama keberhasilan penelitian ini. Terima kasih atas kerjasama yang luar biasa, semoga kolaborasi ini dapat terus berkembang di masa depan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Famukhit, M. L. (2020). Pelatihan Desain Promosi Usaha Menggunakan Canva Pada Smk Diponegoro Tulakan Kabupaten Pacitan. *Journal of Social Empowerment*, 5(1), 1-5.
- Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). The importance of digital marketing. An exploratory study to find the perception and effectiveness of digital marketing amongst the marketing professionals in Pakistan. *Journal of information systems & operations management*, 7(2).
- Khomariah, N. E., & Primandari, P. N. (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.
- Nurhaida, D., Amran, E., Nugraha, E. R., Osman, A. F. B., & Shafira, A. N. (2023). Utilizing Artificial Intelligence (AI) Technology to support MSMEs businesses: ChatGPT. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4), 910-918.
- Purwiantoro, M. H., SW, D. F. K., & Hadi, W. (2016). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UKM). *Eka Cida*, 1(1).
- Putra, R. K. T., Saputro, F. R., Hakim, L., Ramadhan, Y., & Fuadin, A. (2023). Fenomena ChatGPT: Peningkatkan civic skill digital native generation. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(2), 140-147.
- Rachmawati, E., Anjarwati, S., & Randikaparsa, I. (2023). PELATIHAN DIGITAL MARKETING DAN CHATGPT UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS WARGA AISYIYAH, KABUPATEN BANYUMAS. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(9), 1801-1804.
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya mempromosikan hasil produk UKM. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430-436.
- Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 259.
- Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0: social media marketing in a web 2.0 world: social media marketing in a web 2.0 world*. ABC-CLIO.
- Veranita, M., Almamalik, L., & Ikhsan, S. (2022). Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial oleh UMKM Di Era Pandemi: Studi Kasus pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah di Kabupaten Bandung. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 89-96.
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan Aplikasi Canva untuk Meningkatkan Kreativitas Desain Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99-105.
- M. Junaidi. UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat. Retrieved January 18 , 2024, from https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-_perekonomian-nasionalmeningkat.html
- Binus.ac.id. Peran UMKM Dalam Perekonomian Indonesia. Retrieved January 17, 2024. from <https://binus.ac.id/bandung/2020/11/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia/>
- Alamisharia.co.id. Kenapa Strategi Pemasaran Media Sosial Penting untuk UMKM? Retrieved January 16, 2024. from <https://alamisharia.co.id/blogs/bisnis/pemasaran-media-sosial-penting-bagi-umkm/>
- Qontak. (2022, September 13). Inilah Strategi Instagram Marketing yang Efektif Meningkatkan Penjualan.Retrieved January 17, 2024. from <https://qontak.com/blog/instagram-marketing/>
- SAB Digital Marketing Agency. (2023, Maret 19). Cara Asyik Membuat Konten Dengan Canva

Muhammad Aththur Shadiq [e.al] : Pelatihan Pemasaran Instagram untuk UMKM Nasi Tumpeng Kang Ca'di: Pemanfaatan ChatGPT dan Canva

Untuk Social Media.Retrieved January 17, 2024. from <https://www.sab.id/membuat-konten-dengan-canva-untuk-social-media/>

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022, October 3).

Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah.