

Pelatihan Membuat Label Kemasan Produk Pelaku UMKM Kecamatan Bandar Laksamana Kabupaten Bengkalis Menggunakan Canva

Joko Risanto, Roni Salambue, Aidil Fitriansyah, Sukamto, Zaiful Bahri, Evfi Mahdiyah, Rahmat Hidayat, Teguh Sujana & Yandiko Saputra

Universitas Riau

* joko.risanto@lecturer.unri.ac.id

Abstrak. Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kecamatan Bandar Laksamana, Bengkalis, Riau telah diidentifikasi oleh mahasiswa FMIPA Universitas Riau yang mengikuti Program Kuliah Kerja Nyata (kukerta) Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Tahun 2024. Terdapat 66 UMKM di tiga desa dengan beragam usaha seperti warung, gorengan, kecantikan, kuliner, pengrajin. Masyarakat salah satu desa terlihat apatis dalam mengelola UMKM karena dianggap sebagai usaha sampingan saja, tidak punya prospek berkembang hingga tidak tertarik mengikuti pelatihan pemasaran online. Dari pengamatan beberapa produk UMKM berpotensi dikembangkan pemasarannya secara online karena memiliki keunikan sebagai makanan khas Melayu. Dilakukan pendekatan kepada pelaku UMKM untuk dibantu memiliki keterampilan merancang label kemasan yang menarik dan dinamis, membantu pemasaran online hingga pasarnya mencapai ke berbagai pelosok negeri. Label kemasan produk yang baik akan memajukan usaha dan mengenalkan keanekaragaman kuliner khas melayu kepada masyarakat. Canva adalah aplikasi desain grafis sederhana mudah digunakan oleh seorang pemula. Canva menyediakan layanan berbayar dan gratis dengan berbagai fitur template yang mudah diadopsi dengan kelengkapan yang beragam seperti pemotongan gambar, penyisipan teks pemberian warna dan sebagainya. Aplikasi Canva perlu diperkenalkan kepada pelaku UMKM untuk menarik pasar produk mereka melalui rancangan spanduk, poster, banner yang unik dan menarik sehingga tampilan produk tetap segar, update sesuai dengan kebutuhan.

Kata kunci: canva; umkm; desain grafis, produk

Abstract. Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) in Bandar Laksamana District, Bengkalis, Riau have been identified by FMIPA students from Riau University who participated in the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Community Service Program (Kukerta) in 2024. There are 66 UMKM in three villages with various businesses such as stalls, fried foods, beauty, culinary, craftsmen. The people of one village seemed apathetic in managing UMKM because they were considered as side businesses only, had no prospects for development and were not interested in participating in online marketing training. From observations, several UMKM products have the potential to be marketed online because they are unique as typical Malay foods. An approach was made to UMKM actors to be assisted in having the skills to design attractive and dynamic packaging labels, assisting online marketing until the market reaches various corners of the country. A good product packaging label will advance the business and introduce the diversity of typical Malay culinary delights to the public. Canva is a simple graphic design application that is easy for beginners to use. Canva provides paid and free services with various easy-to-adopt template features with various completeness such as image cropping, text insertion, color, and so on. The Canva application needs to be introduced to UMKM to attract their product market through unique and attractive banner, poster, and banner designs so that the product display remains fresh, updated according to needs.

Keywords: canva; small business; graphic design; product

To cite this article: Risanto, J., Salambue, R., Fitriansyah, A., Sukamto, Bahri, Z., Mahdiyah, E., Hidayat, R., Sujana, T., & Saputra, Y. 2024. Pelatihan Membuat Label Kemasan Produk Pelaku UMKM Kecamatan Bandar Laksamana Kabupaten Bengkalis Menggunakan Canva. *Unri Conference Series: Community Engagement* 6: 364-369. <https://doi.org/10.31258/unricsce.6.364-369>

© 2024 Authors

Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2024

PENDAHULUAN

Kecamatan Bandar Laksamana berada di pesisir Selat Bengkalis tepatnya berjarak 30 Km dari Kota Bengkalis sebagai ibukota Kabupaten Bengkalis dengan jarak tempuh sekitar tiga jam. Kecamatan ini merupakan wilayah perbatasan dengan wilayah administratif Kota Dumai yang berjarak 80 km dari Kota Dumai atau berjarak tempuh dua jam perjalanan darat dari Kota Dumai. Sebagai daerah perbatasan dari dua kabupaten/kota daerah ini cukup jauh dari kota besar. Beberapa kegiatan ekonomi kecil di Kecamatan ini sudah tumbuh seperti pembuatan ikan salai, pengrajin keripik ubi dan pembuatan pernak pernik pakaian dari kain songket seperti tas dan tajak (topi khas masyarakat melayu). Kebanyakan usaha kecil masyarakat masih berupa warung-warung produk kebutuhan harian sebagai kegiatan sampingan. Sebahagian masyarakat sudah ada yang memiliki toko *online* namun kendala yang dialami mereka adalah sedikitnya pembeli dan untung yang diperoleh tidak banyak. Mereka tidak punya harapan dan tidak terlalu bersemangat untuk menggerakkan usaha kecilnya. Kesulitan mereka lainnya adalah tidak memiliki pengetahuan untuk membuat label kemasan produk agar menarik. Mereka tidak bisa meng-update tampilan produk-produknya sehingga toko *online*-nya tidak menarik pembeli. Definisi tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”. Pengusaha kecil pada umumnya kurang memperhatikan strategi bisnis bahkan tidak memiliki rencana pengembangan usaha. Mereka berfokus bagaimana menjual barang tanpa memikirkan bagaimana melakukan perbaikan kepada produk yang mereka pasarkan supaya lebih baik (Sanjaya, 2021).

Melalui kegiatan mahasiswa Kukerta MBKM UNRI Tahun 2024, dilakukan pendataan pelaku UMKM di desa di wilayah Kecamatan Bandar Laksamana yaitu sebagaimana pada Tabel 1 :

Tabel 1 : Jumlah UMKM di Kecamatan Bandar Laksamana Tahun 2024

No	Desa / Kelurahan	Jumlah Bidang Usaha				
		Koperasi	Kedai Eceran	Kontraktor	Usaha Bata	Usaha Walet
1	Parit I Api-Api	1	29	5	0	2
2	Tamiang	1	19	5	1	0
3	Api-Api	0	16	2	0	0
4	Tenggayun	0	23	3	3	2
5	Sepahat	0	16	0	0	8
6	Tanjung Leban	2	28	0	0	0
7	Bukit Kerikil	2	67	0	0	3
Jumlah		6	198	15	4	15

Terdapat delapan pelaku UMKM di tiga desa yaitu Desa Parit-1 Api-api, Desa Api- Api dan Desa Sepahat yang berpotensi untuk dilakukan pengemasan produk agar lebih menarik untuk mendukung penjualan secara online. Setelah pendataan diperoleh data peserta yang bersedia mengikuti pelatihan membuat label kemasan produk berjumlah delapan orang yang hanya terdiri dari dua desa seperti pada Tabel 2 berikut :

Tabel 2 : Peserta pelatihan

No	Desa	Jml	Usaha
1	Sepahat	4	Fashion, Keripik Ubi, Kue Pisang Cokelat (Piscok)
2	Parit1 Api-API	4	Ikan Salai, Kue Ulang Tahun
3	Api Api	0	-

Dari artikel Sholeh et al (2023) pernah melaksanakan kegiatan yang sama yaitu pengenalan media sosial dimana terlebih dahulu berdiskusi dengan perwakilan dari UMKM IKAWANGI untuk mengetahui sejauh mana para pelaku UMKM sudah menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dan kelemahan-kelemahan yang ada. Kegiatan dilanjutkan dengan melatih pelaku UMKM agar dapat membuat konten promosi yang mudah dan menarik menggunakan Canva dan hasilnya para pelaku UMKM dapat melakukan promosi melalui media sosial dengan konten yang menarik. Peserta dapat melakukan modifikasi pada template yang dipilih dengan mengganti font, ukuran huruf dan mengganti serta menyisipkan gambar.

Dalam kegiatan pengabdian di Kecamatan Bandar Laksamana Bengkalis, permasalahan yang akan dicarikan solusinya adalah bagaimana pelaku UMKM memahami tentang pentingnya kemasan produk dan ekonomi digital. Bagaimana mereka bisa terampil membuat kemasan produk sehingga selalu *update* dan menarik untuk dipromosikan di toko *digital*. Keterbaruan kegiatan ini terletak pada keterampilan pelaku UMKM menggunakan Canva untuk membuat label kemasan produk pada toko *online* mereka. Canva adalah tool atau alat desain grafis yang berfungsi untuk menyederhanakan proses desain *digital*. Aplikasi Canva memungkinkan pengeditan gambar dan pembelajaran berbasis proyek, menggunakan fitur antarmuka seret dan lepas yang sederhana sehingga

penggunaan aplikasi canva sangat cocok untuk semua kalangan baik profesional maupun pelajar (Sasana Digital, 2023). Kemasan hampir selalu terkait dengan label produk. Keduanya berkaitan sehingga dianggap memiliki manfaat sama. Kemasan adalah bungkus fisik yang digunakan untuk melindungi produk, sedangkan label adalah informasi yang tertera pada kemasan seperti nama merek, cara menggunakan, kandungan nutrisi, komposisi, dan tanggal kadaluarsa. Penggunaan label tersebut begitu penting bagi kemasan karena bisa memperkuat ciri khas atau branding suatu produk yang pada akhirnya bisa meningkatkan penjualan. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 69 Tahun 1999 tentang label dan iklan pangan, label pangan adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada, atau merupakan bagian kemasan pangan (Irrubai, 2016)

Dalam era *digital* saat ini, promosi melalui media sosial menjadi semakin penting bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk atau jasa mereka kepada calon pelanggan. Salah satu elemen penting dalam promosi melalui media sosial adalah konten promosi. Konten promosi yang baik dapat membantu pelaku UMKM untuk menarik perhatian calon pelanggan, membangun kesadaran merek, meningkatkan penjualan, dan membangun kepercayaan. Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki kemampuan desain grafis yang memadai. Salah satu aplikasi yang mudah digunakan untuk membuat konten promosi dan hasilnya menarik adalah aplikasi Canva. Canva adalah *platform* desain grafis yang mudah digunakan dan populer karena memiliki banyak fitur dan template yang bisa dipakai secara gratis atau berbayar. Canva menjadi salah satu aplikasi desain grafis untuk membuat konten promosi yang mudah digunakan, terdapat banyak template, canva menyediakan berbagai alat desain, seperti gambar, ikon, teks, dan filter, sehingga pengguna dapat menyesuaikan desain dengan mudah tanpa harus menguasai aplikasi desain grafis yang kompleks, Canva menyediakan berbagai alat desain, seperti gambar, ikon, teks, dan filter, sehingga pengguna dapat menyesuaikan desain dengan mudah tanpa harus menguasai aplikasi desain grafis yang kompleks (Sholeh, 2023).

Kerangka ekonomi *digital* yang inklusif mendorong berbagai usaha atau kegiatan ekonomi berbasis teknologi dan informasi digital untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Hal ini berarti bahwa pembangunan ekonomi *digital* tidak hanya tumbuh cepat, tetapi juga dirasakan manfaatnya oleh seluruh lapisan masyarakat. Untuk menuju pembangunan ekonomi digital yang inklusif perlu peningkatan akses dan pemanfaatan internet melalui pengembangan literasi *digital* dan dorongan pemanfaatan internet untuk memperluas kesempatan bisnis atau usaha. Internet perlu diupayakan bagi kelompok yang selama ini terabaikan, seperti perempuan, lansia, dan penyandang disabilitas agar terjadi perluasan ekosistem ekonomi digital. (Bachtiar, 2020).

Toko *online* adalah toko *virtual* atau disebut *marketplace* dalam jaringan internet. Di era digitalisasi saat ini, *marketplace* atau pasar daring telah muncul sebagai platform utama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia untuk meningkatkan pendapatan mereka. Hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia semakin meningkat dan akan melampaui 170 juta pengguna. Pada tahun 2022 dalam konteks ini, UMKM yang ingin tumbuh dan berkembang di era digital harus mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang. UMKM adalah salah satu sektor usaha dalam pertumbuhan ekonomi nasional yang harus diberdayakan dan dikembangkan. Presensi UMKM telah diatur dalam peraturan perundang undangan namun belum melakukan adaptasi terhadap perkembangan disrupsi di bidang ekonomi digital. Adaptasi yang diperlukan UMKM adalah penggunaan teknologi informasi sebagai media dalam pengembangan usahanya (Saputri, 2023).

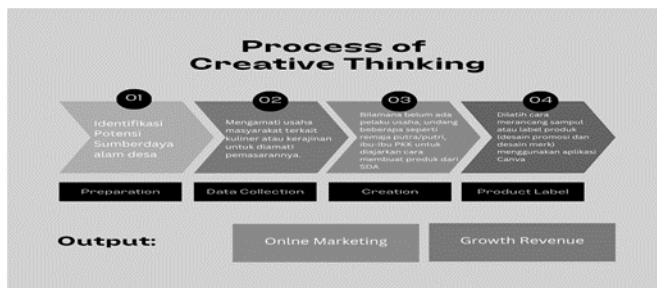
Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM di Desa Parit 1 Api-api, Desa Api-api dan Desa Sepahat di Kecamatan Bandar Laksamana Kabupaten Bengkalis pentingnya pemasaran digital di era teknologi saat ini. Memberikan keterampilan desain grafis agar mereka dapat meningkatkan tampilan label kemasan produk menjadi lebih menarik. Kata desain memiliki arti merancang atau merencanakan. Kata grafis sendiri mengandung dua pengertian: (1) *graphien* (Latin = garis, marka) yang kemudian menjadi graphic arts atau komunikasi grafis, (2) *graphise vakken* (Belanda = pekerjaan cetak) yang di Indonesia menjadi grafika, diartikan sebagai percetakan. Jadi, pengertian desain grafis adalah pekerjaan dalam bidang komunikasi visual yang berhubungan dengan grafika (cetakan) dan/ atau pada bidang dua dimensi, dan statis (tidak bergerak dan bukan *time-based image*). Secara khusus, desain grafis adalah keahlian menyusun dan merancang unsur visual menjadi informasi yang dimengerti publik/masyarakat (L.A. D. Widya et al, 2016)

Kegiatan yang sama pernah dilakukan oleh Yoyoh Hereyah dan tim pada promosi desa wisata dengan judul "Pemanfaatan Media *Vlogging* untuk Pengembangan Pemasaran Desa Wisata Kabupaten Lebak (Desa Sawarna dan Bayah)", hasilnya adalah bahwa promosi merupakan hal terpenting dalam menjalankan pengembangan desa wisata di Kabupaten Lebak, khususnya desa wisata Sawarna dan Bayah, namun karena kurangnya publikasi dan promosi sehingga tingkat kedatangan wisatawan lokal dan manca negara kurang signifikan. Salah satu upaya yang dilakukan dengan membuat konten tentang desa wisata dengan memanfaatkan media *vlogging* sebagai sarana pembuatan konten untuk publikasi desa wisata tersebut. Melalui pembuatan konten dengan media

vlogging, pengembangan pemasaran dan publikasi mengenai destinasi wisata dapat terekspose ke luar. (Yoyoh Hereyah, 2020).

METODE PENERAPAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dilaksanakan dalam empat tahap yaitu diawali dengan identifikasi potensi sumberdaya alam desa, mengamati berbagai usaha masyarakat desa memanfaatkan sumberdaya alamnya, mengundang masyarakat pelaku UMKM yang produknya berpotensi untuk dilakukan penjualan online dan diakhiri dengan pelatihan membuat label produk menggunakan aplikasi Canva. Tahapan dapat dilihat pada Gambar 1



Gambar 1 : Metode Pelaksanaan

Setiap tahapan yang dilakukan akan menghasilkan luaran kegiatan seperti diuraikan pada Tabel 3 :

Tabel 3 : Tahapan Kegiatan

No	Estimasi Jadwal	Kegiatan	Peserta	Pelaksana	Output	Keterangan
1	Minggu Pertama Kukerta	Identifikasi Potensi Sumberdaya alam desa : - produk-produk perkebunan / pertanian, kerajinan, dll	-	Mahasiswa Kukerta masing-masing Desa	Tabel / Dokumen UMKM	Diantara daftar potensi SDA yang ada, pilih produk potensial untuk dipasarkan secara <i>online</i>
2	Minggu ke dua Kukerta	Mengamati usaha masyarakat terkait kuliner atau kerajinan untuk diamati pemasarannya. Tawarkan untuk dibantu pemasaran secara <i>online</i>	Pengrajin / kelompok usaha kecil / industri rumah tangga	Mahasiswa Kukerta masing-masing Desa	Akun untuk di tokopedia atau sejenisnya	Mereka yang bersedia menjadi mitra, buat akun marketplace-nya
3	Minggu ke dua Kukerta	Bilamana belum ada pelaku usaha, undang beberapa seperti remaja putra/putri, ibu-ibu PKK untuk diajarkan cara membuat produk dari SDA	Remaja Putera/i kelompok PKK / siswa sekolah, dll	Mahasiswa Kukerta masing-masing Desa	Produk olahan makanan kerajinan, foto-foto dan video produk,	Diajarkan cara memfoto produk-produk dan video untuk nanti digunakan sebagai bahan promosi produk di Media Sosial seperti WA grup, Facebook, Instagram dll
4	Minggu ketiga	Dilatih cara merancang sampul atau label produk (desain promosi dan desain merk) menggunakan aplikasi Canva. untuk ditempelkan pada kemasan produk	Remaja Putera/i kelompok PKK / siswa sekolah, dll	Mahasiswa Kukerta masing-masing Desa	Label merek hasil rancangan	Masing-masing peserta buat akun marketplace-nya. Diajarkan cara <i>upload</i> gambar produk

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Kegiatan mengidentifikasi pelaku UMKM dilakukan melalui beberapa referensi seperti buku profil desa. Identifikasi oleh mahasiswa program Kukerta MBKM yang langsung turun ke desa memperoleh data yang lebih aktual dimana hasil yang diperoleh adalah terdapat 238 usaha UMKM di Kecamatan Bandar Laksamana sebagaimana Tabel 1. Dari data tersebut dianalisis dan menghasilkan 8 data pelaku UMKM yang berpotensi untuk dibantu pemasaran secara online yaitu sebagaimana tertera pada Tabel 2. Kedelapan pelaku UMKM diundang ke Kantor Kecamatan Bandar Laksamana untuk mengikuti sosialisasi tentang pentingnya promosi produk melalui desain kemasan agar terjadi peningkatan/pertumbuhan penjualan. Kegiatan berlangsung seperti pada Gambar 2



Gambar 2 : Sosialisasi kemasan produk kepada peserta

Hasil dari kegiatan ini adalah tumbuhnya motivasi pada peserta untuk belajar desain grafis menggunakan komputer atau *handphone*. Langkah berikutnya adalah memberikan pelatihan aplikasi Canva kepada peserta untuk membuat label produknya sebagaimana terlihat pada Gambar 3



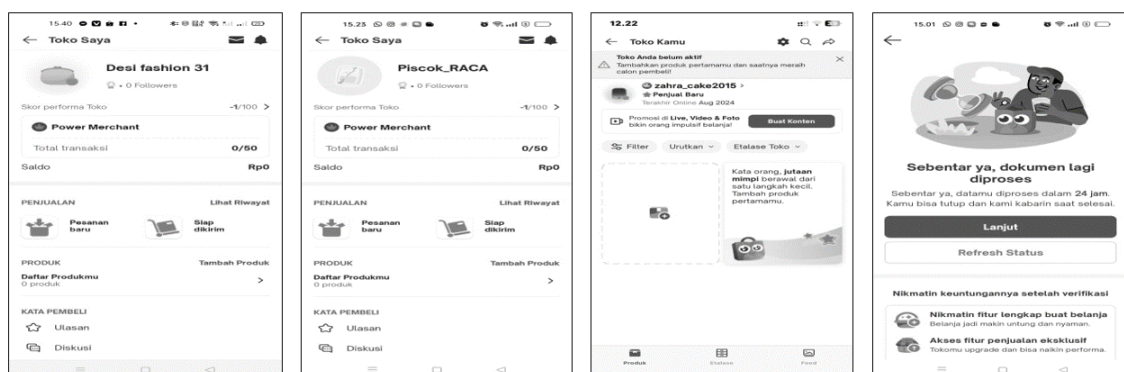
Gambar 3 : Pelatihan Canva Bagi Peserta Pelaku UMKM

Hasil dari tahapan ini adalah para peserta terampil menggunakan aplikasi canva dan masing-masing peserta berhasil merancang dan memiliki label produk mereka sendiri yang siap untuk digunakan atau di *upload* sebagai *icon* pada toko online-nya seperti Gambar 4 :



Gambar 4 Peserta pelatihan berhasil membuat label produk masing-masing

Para peserta juga dibantu membuat akun toko online di *marketplace* “tokopedia”. Peserta termotivasi untuk memiliki dan menggunakan toko online dengan label produk buatan sendiri. Akun toko online yang telah berhasil dibuat seperti pada Gambar 5 :



Gambar 5 : Toko Online Peserta Pelatihan UMKM Kecamatan Bandar Laksamana

KESIMPULAN

Bandar Laksamana Kabupaten Bengkalis memiliki potensi untuk mengembangkan UMKM dan memasarkannya secara online karena telah tersedia infrastruktur jaringan internet di desa mereka. Untuk itu diperlukan keterampilan membuat dan mengelola toko online dan kemampuan merancang label produk untuk promosi mereka di toko online. Aplikasi Canva sangat sesuai untuk digunakan pelaku UMKM untuk merancang label produk yang menarik dan *funny* sehingga diharapkan mampu menarik konsumen untuk membeli produk mereka.

Melalui kegiatan sosialisasi digital marketing telah berhasil memberikan motivasi kepada pelaku UMKM peserta kegiatan untuk membuka pemasaran produk mereka menggunakan aplikasi toko-online dan serius menggarap usahanya untuk menjadi lebih maju. Melalui kegiatan bersama mahasiswa peserta program Kukerta MBKM telah berhasil membantu delapan pelaku UMKM di Desa Sepahat, Desa Parit 1 Api-api dan Desa Api-api Kecamatan Bandar Laksamana membuat toko online mereka di marketplace "Toko Pedia". Melalui kegiatan pelatihan pembuatan label produk, pelaku UMKM peserta pelatihan mampu merancang label kemasan produk mereka menggunakan aplikasi canva dan digunakan pada pemasaran produk mereka secara online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Rektor Universitas Riau, Ketua LPPM Universitas Riau, Dekan FMIPA Universitas Riau dan Camat Bandar Laksamana Kabupaten Bengkalis atas bantuan dan kerjasama yang diberikan sehingga kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Kecamatan Bandar Laksamana Kabupaten Bengkalis dapat berjalan dengan baik dan lancar. Kiranya kegiatan ini dapat berjalan secara berkelanjutan sehingga bermanfaat bagi masyarakat pelaku UMKM di Kabupaten Bengkalis pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasia, A., (2023). Pentingnya Label Pada Produk Untuk Perkuat Brand dan Tingkatkan Omzet UMKM, <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/sudah-tahu-belum-pentingnya-label-pada-produk-untuk-perkuat-brand-dan-tingkatkan-omzet-umkm>. Diakses pada 28 Agustus 2024.
- Bachtiar, P.P, (2020), Menuju Ekonomi Digital Yang Inklusif di Indonesia, Jakarta, Smeru Research Institute.
- Digital, T.S, (2023), Belajar Canva, <https://sasanadigital.com/cara-belajar-menggunakan-aplikasi-canva/>, Diakses pada 28 Agustus 2024.
- Hareyah, Y., C. Kanza, A.W., 2020, Pemanfaatan Media Vlogging Untuk Pengembangan Pemasaran Desa Wisata Kabupaten Lebak (Sawarna dan Bayah), Dalam Prosiding Seminar Nasional PKM-CSR ke-3, Tangerang, 12 Desember 2020.
- Irrubai, M.L, (2016), Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga, Jurnal Sosio Didaktika, 3(1), pp 17-26, DOI : <http://dx.doi.org/10.15408/sd.v3i1.3794>
- Saputri, S.A., I. Berliana, M.F. Nasrida, (2023), Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Indonesia, Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan, 3(1), p.69, DOI: <https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i1.2199>
- Sanjaya, P.K.A, Nuratama, I.P, (2021), Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah, Sungguminasa : Percetakan Cahaya Bintang Cemerlang.
- Sholeh, M., Suraya, R.Y. Rachmawati, (2023), Penggunaan Aplikasi Canva Sebagai Desain Konten Promosi Bagi Pelaku UMKM, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6(2), p.109, DOI: <https://doi.org/10.24071/aa.v6i2.6667>
- Risanto, J., R. Salambue, A. Fitriansyah, Sukamto, Z. Bahri, E. Mahdiyah, (2024), Pemasaran Online Produk UMKM Masyarakat Kecamatan Bandar Laksamana Bengkalis, Dalam Prosiding Seminar Corisindo 2024, Universitas Teknologi Bandung, 31 Agustus 2024.
- Widya, L.A.D, Darmawan, A.J, (2016), Pengantar Desain Grafis, Jakarta, Direktorat Pembinaan Kurus dan Pelatihan Kemendikbud RI.