

Peningkatan Kapasitas Kewirausahaan Petani Muda Melalui Pelatihan Aplikasi Canva Sebagai Media Pendukung Pemasaran Digital di Desa Bintang Mas Kabupaten Kubu Raya

Wanti Fitrianti^{1*}, Jajat Sudarajat², Adi Suyatno³

^{1, 2, 3} Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Tanjungpura, Indonesia

*corresponding author: wanti.fitrianti@faperta.untan.ac.id

Received 18-06-2024

Revised 22-06-2024

Accepted 25-06-2024

ABSTRAK

Kondisi petani muda saat ini menunjukkan masih rendahnya mindset jiwa kewirausahaan serta keterlibatan pada proses pemasaran. Hal ini berimplikasi pada keberlanjutan dan pendapatan usahatani sehingga memperlambat regenerasi petani. Namun demikian, ada potensi pengembangan usahatani dengan memanfaatkan pemasaran digital untuk kepentingan bisnis pertanian kelompok petani muda di Desa Bintang Mas Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berfokus pada peningkatan kapasitas kewirausahaan petani muda melalui kegiatan pemasaran berbasis digital. Metode kegiatan dilakukan dengan memberikan penyuluhan tentang pentingnya prinsip kewirausahaan dalam menjalankan bisnis pertanian yang dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan membuat poster, *e-flyer*, *story-feed* menggunakan aplikasi Canva sebagai sarana promosi sehingga harapannya dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Hasil pelatihan dan pendampingan menunjukkan respon positif dan antusiasme peserta tinggi serta adanya peningkatan kapasitas kewirausahaan petani muda melalui pemasaran digital dalam bisnis pertanian. Hasil lainnya kelompok petani muda yang menjadi mitra telah mampu dan terampil membuat desain, logo, branding promosi yang memiliki ciri khas produk pertanian yang telah diupload melalui akun media sosial.

Kata kunci: Canva, Kapasitas, Kewirausahaan, Pemasaran Digital, Petani muda

The current condition of young farmers shows low entrepreneurial thinking and involvement in the marketing process. This affects the sustainability and income of agriculture and slows down the regeneration of farmers. However, in Bintang Mas Village Rasau Jaya District Kubu Raya Regency, there is potential for agricultural development through the use of digital marketing to benefit the agricultural businesses of young farmer groups. The focus of the community service activities (PKM) is the enhancement of young farmers' business capacity through digital marketing activities. The activity method is through counseling on the importance of entrepreneurial principles in running an agricultural business, followed by training and mentoring in creating posters, e-flyers and story feeds using Canva as a promotional tool, hopefully reaching a wider market. The results of the training and mentoring showed a positive response and high enthusiasm among the participants, as well as an increase in the entrepreneurial capacity of young farmers through digital marketing in agricultural businesses. As a result, the young farmers' associations were able and trained to design, logo and promote agricultural goods through social media accounts.

Keywords: Canva, Capacity, Entrepreneurship, Digital Marketing, Young Farmers

PENDAHULUAN

Krisis tenaga kerja menjadi permasalahan sektor pertanian di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. (Supatminingsih and Tahir, 2022; Adilest, Trinugraha and Purwanto, 2023). Dalam situasi ini, tren gengsi profesi menjadi petani mengalami

penurunan. Selaras dengan terjadinya penurunan jumlah petani sebesar 15% dalam waktu 10 (sepuluh) tahun dari 2003-2013. Bahkan, hasil sensus BPS tahun 2023 menunjukkan jumlah petani muda di Indonesia hanya sekitar 21.93 % (6.18 juta orang)(Badan Pusat Statistik, 2023). Umumnya menjadi petani bukan pilihan utama bagi generasi muda, termasuk yang berada di pedesaan (Ardyanti, Purnomo and Kustanti, 2024)(Arvianti *et al.*, 2019). Berkurangnya keinginan pemuda di desa dan perkotaan untuk bekerja di sektor pertanian adalah penyebab penurunan jumlah petani berusia muda. Situasi ini diperparah dengan temuan yang menunjukkan bahwa persepsi dengan profesi petani di kalangan generasi muda memiliki persepsi yang kurang baik seperti mulai dari tidak termotivasi, dan tidak tahu cara mengelola pertanian(Haryanto, Anwarudin, & Yuniarti, 2021) serta tidak dapat memberikan pendapatan yang cukup(Arvianti, Masyhuri, Waluyati, & Darwanto, 2019a). Kondisi demikian diperparah dengan kemampuan kapasitas petani muda pada bidang pertanian masih relatif terbatas (Nita et al., 2020).

Fenomena penuaan petani merupakan gejala yang berbahaya bagi kelangsungan pertanian (Susilowati, 2016). Solusi untuk masalah penurunan jumlah petani adalah regenerasi petani(Anwarudin *et al.*, 2020a). Regenerasi petani merupakan syarat bagi terwujudnya keberlanjutan (Nita, Anwarudin and Nazaruddin, 2020). Peningkatan kapasitas kewirausahaan sehingga melahirkan kemandirian menjadi kunci keberlanjutan regenerasi petani (Anwarudin *et al.*, 2020b).

Pola kewirausahaan pertanian dengan melibatkan petani muda dianggap mampu meningkatkan pendapatan dan menarik minat generasi muda untuk menggeluti profesi petani. Petani muda dengan mindset dan jiwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) akan memiliki semangat bisnis dan berani memulai bisnis pertanian serta mampu berpikir kreatif dan imajinatif. Peningkatan kapasitas kewirausahaan petania muda dapat dilakukan dengan penguatan karakteristik petani dengan cara meningkatkan kemampuan adaptasi, jiwa kepemimpinan, manajemen pengelolaan usaha, kerja sama dengan berbagai pihak(Anwarudin *et al.*, 2020a).

Berdasarkan survey awal pada lokasi PKM tepatnya di Desa Bintang Mas, rata-rata orientasi usahatani belum berbasis bisnis usaha pertanian. Potensi yang berlimpah pada Desa Bintang Mas seperti penghasil jagung, padi, aneka sayuran serta memiliki UMKM industri olahan makanan seperti kerupuk, marning dan rengginang yang juga merupakan produk unggulan lokal belum dimaksimalkan pemasarannya dan hanya sekitar desa. Penggunaan teknologi digital dalam memasarkan produk pertanian yang dihasilkan belum dilakukan secara maksimal. Hal ini terbukti semua petani muda memiliki media sosial tetapi belum dimanfaatkan untuk kepentingan pengembangan bisnis pertanian yang dikelola. Hampir 90% hanya mengandalkan tengkulak dalam pemasaran produk pertanian yang dihasilkan. Ketergantungan petani pada tengkulak dan panjangnya rantai distribusi menyebabkan harga jual rendah di tingkat petani. Dengan mengingat situasi ini, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan posisi tawar petani dengan membangun hubungan langsung antara petani dan konsumen. Jika ada jaminan pasar, petani muda akan lebih tertarik untuk

masuk dan bekerja di sektor pertanian. Dengan kondisi yang dihadapi sehingga diperlukan penguatan kapasitas kewirausahaan petani muda dalam bentuk keterampilan pemasaran digital untuk perluasan akses pasar produk yang dihasilkan.

Pemasaran adalah inti dari semua bisnis termasuk bisnis pertanian. Bisnis dapat kehilangan keuntungan dan penjualan jika tidak melakukan pemasaran yang efektif. Saat ini, pemasaran digital adalah komponen penting dalam meningkatkan pemasaran perusahaan. Penggunaan berbagai platform digital seperti website, media sosial (Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, YouTube), dan platform panggilan pesan (WhatsApp, Telegram) akan mengurangi biaya promosi dan mendapatkan lebih banyak pelanggan/konsumen. Agar pertumbuhan dan jangkauan pasar dapat dicapai, penggunaan media sosial dan pembuatan konten promosi yang menarik sangat penting. Penggunaan desain grafis dapat menjadi alat komunikasi yang menarik bagi calon pelanggan (Sulistiyanto, 2023). Salah satunya menggunakan aplikasi Canva yang menyediakan berbagai template desain iklan pemasaran produk sebagai media promosi (Zaman, Pungsanti and Handayani, 2023). Namun demikian untuk membuat materi iklan yang menarik, pengguna aplikasi Canva harus mendapatkan pelatihan (Bhakti, Astuti and Syahid, 2022).

Pelatihan kewirausahaan dapat membantu petani muda lebih memahami cara mengelola usahantani dengan baik. Hal ini dikarenakan cara untuk mempromosikan jiwa kewirausahaan adalah melalui pelatihan kewirausahaan (Bhakti, Astuti and Syahid, 2022). Oleh karena itu, sangat penting bagi petani muda untuk mendapatkan pengetahuan menggali potensi diri dan memiliki jiwa kewirausahaan serta menerapkan pemasaran digital dengan menggunakan aplikasi canva untuk desain promosi produk. Hal ini akan membantu terhubungnya petani dengan pelanggan digital sehingga meningkatkan pangsa pasar dan menjadi pembekalan kepada petani muda untuk lebih lebih kompetitif di era digital saat ini

METODE PELAKSANAAN

Pelatihan dan pendampingan digunakan sebagai metode kegiatan PKM. Kedua metode tersebut sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra yang merupakan kelompok petani muda di Desa Bintang Mas Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya. PKM dilaksanakan pada periode Juni-Oktober 2023. Mitra akan didampingi secara langsung, tetapi sebelumnya akan dilakukan sosialisasi dan koordinasi untuk mendapatkan pemahaman awal tentang kondisi mitra. Dengan demikian, peningkatan kapasitas kewirausahaan juga akan ditingkatkan melalui pelatihan. Secara khusus, tahapan pelaksanaan PKM dapat ditunjukkan pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan PKM

Tahapan persiapan dilakukan melalui survei awal sebagai bagian dari kegiatan observasi dan koordinasi dengan kelompok petani muda di Desa Bintang Mas. Menurut hasil orientasi dan observasi awal, petani muda masih menghadapi masalah dengan akses pemasaran yang terbatas untuk produk tani yang dihasilkan. Mayoritas petani masih belum terbiasa menggunakan pemasaran digital dikarenakan banyak petani muda menghadapi kesulitan dalam membuat desain iklan yang dapat digunakan dalam promosi di media sosial. Hasil dari pertemuan koordinasi dan orientasi awal maka fokus kegiatan PKM adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital dalam membuat desain iklan digital yang dapat digunakan pada poster, *e-flyer*, *story-feed* dengan menggunakan aplikasi Canva untuk mempromosikan produk pertanian yang dihasilkan.

Tahapan pelaksanaan adalah kegiatan penyuluhan tentang pentingnya prinsip kewirausahaan dalam menjalankan bisnis pertanian. Petani muda di Desa Bintang Mas dapat memperoleh pengetahuan tambahan tentang cara mengelola usahanya dengan mengikuti pelatihan kewirausahaan berbasis pemasaran digital menggunakan media aplikasi Canva. Dengan pelatihan ini, diharapkan petani muda dapat memahami bagaimana manajemen pengelolaan usaha dan penerapan implementasi strategi pemasaran digital dengan yang tepat sehingga pemasaran produk pertanian menjadi lebih luas. Pilihan penggunaan aplikasi Canva dikarenakan mudah diaplikasikan dan *powerfull* digunakan membuat iklan seperti logo, poster, dan pamflet dengan fasilitas berbagai template yang menarik. Aplikasi ini cocok untuk pemula dalam desain grafis, dan tahap pelaksanaan terdiri dari kegiatan pelatihan.

Tahapan pendampingan diberikan kepada para petani muda setelah tahapan pelatihan selesai. Pendampingan dilakukan untuk menjamin keberlanjutan penerapan pemasaran digital dengan membuat konten promosi di media sosial seperti poster, *e-flyer*, *story-feed*, dan posting dalam aplikasi Canva.

Tahap monitoring dan evaluasi sebagai cara untuk merefleksikan dan menilai bagaimana dapat memperbaiki kegiatan selanjutnya. Selain memberikan pelatihan, Tim PKM juga melacak dan mendampingi peserta untuk melihat apakah terdapat kesulitan, dan kebutuhan perlunya pelatihan tambahan.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan peningkatan kapasitas kewirausahaan sebagai upaya peningkatan pengetahuan dan keterampilan kemampuan pemasaran digital melalui pembuatan desain promosi berbasis aplikasi Canva yang akan berdampak pada peningkatan kemampuan pemasaran dan akhirnya kesejahteraan petani muda. Fokus kegiatan PKM terbagi atas 3 yakni: (1) sosialisasi materi terkait pentingnya peningkatan kapasitas kewirausahaan petani muda; (2) pelatihan dan pendampingan pemasaran digital dalam pembuatan desain grafis sebagai konten untuk mendukung promosi produk dengan menggunakan aplikasi canva; (3) pelatihan penerapan digital promosi hasil produk pertanian. 4) selanjutnya, pada tahapan akhir

kegiatan dilakukan evaluasi. Harapan dengan kegiatan PKM ini akan berdampak pada keberhasilan dan keberlanjutan usahatani yang digeluti petani muda.

Pelatihan Peningkatan Kapasitas Kewirausahaan Berbasis Pemasaran Digital

Dunia bisnis, termasuk sektor pertanian menghadapi persaingan dan transformasi yang begitu cepat. Mampu beradaptasi dengan perubahan adalah ciri petani yang dapat bertahan. Setiap pelaku usaha, terutama generasi muda, harus memiliki kewirausahaan dalam aktivitas pertanian. Sifat dan jiwa kewirausahaan tidak dapat dipisahkan dari usaha pertanian dan petani sebagai pelakunya. Petani yang memiliki sifat kewirausahaan yang kuat akan melakukan usaha dengan baik. Hal ini akan berdampak pada keberhasilan petani. Petani yang memiliki jiwa wirausaha akan menggunakan keahlian yang dimiliki untuk mengelola modal dan tanah serta mampu beradaptasi dengan perubahan alam dan lingkungan sekitar dengan terus menghasilkan produk berkualitas tinggi dan dapat memperluas target pasar. Oleh karena itu, dalam pelatihan ini diberikan materi pengetahuan dan pemahaman tentang cara mengembangkan kapasitas kewirausahaan petani muda agar mereka dapat memproduksi dengan lebih efisien dan efektif. Selain itu, diharapkan bahwa pengembangan kapasitas ini akan membantu dalam menjual produk yang dihasilkan dengan cara yang berbeda untuk mencapai pasar sasaran yang baru dengan jangkauan yang lebih luas.

Untuk meningkatkan kapasitas petani muda makan pelatihan dan pendampingan diberikan untuk memaksimalkan potensi pemasaran digital. Pemasaran digital adalah jenis pemasaran yang menggunakan teknologi digital yang memungkinkan perantara, produsen, dan potensi konsumen berinteraksi satu sama lain akan dapat menjangkau semua orang, tanpa batasan waktu atau lokasi (Choirina *et al.*, 2022). Selain itu, promosi dengan penggunaan media sosial akan membantu mempermudah pencarian pelanggan berdasarkan keinginan dan kebutuhannya. Promosi yang dilakukan melalui media sosial membuat konten yang dibagikan lebih menarik. Misalnya, pengguna akan tertarik dengan konten foto yang menarik dan berisi informasi berharga. Hal ini sesuai dengan konsep teori AIDA, yaitu perhatian, minat, keinginan, dan tindakan. Konsumen cenderung mempertimbangkan konten produk sebelum melakukan apapun. Oleh karena itu, bisnis harus membuat iklan yang menarik perhatian target pasar (Larasati and Roidah, 2023).

Pelatihan Desain Konten Promosi Produk Berbasis Aplikasi Canva

Pemasaran harus dilakukan dengan terencana dan sistematis untuk merebut target pasar sasaran. Tujuan dari pelatihan pemasaran digital melalui desain promosi yang menarik adalah untuk membantu petani muda mempromosikan produk yang dihasilkan agar diperoleh akses yang lebih luas. Materi pelatihan mengajarkan cara membuat desain konten iklan digital yang lengkap dan menarik. Iklan digital dapat digunakan untuk memasarkan barang dagangan melalui *marketplace* dan media sosial yang tepat. Iklan digital harus mencakup pengenalan merek, foto kemasan, dan deskripsi produk, sehingga memberikan informasi yang tepat sasaran untuk promosi.

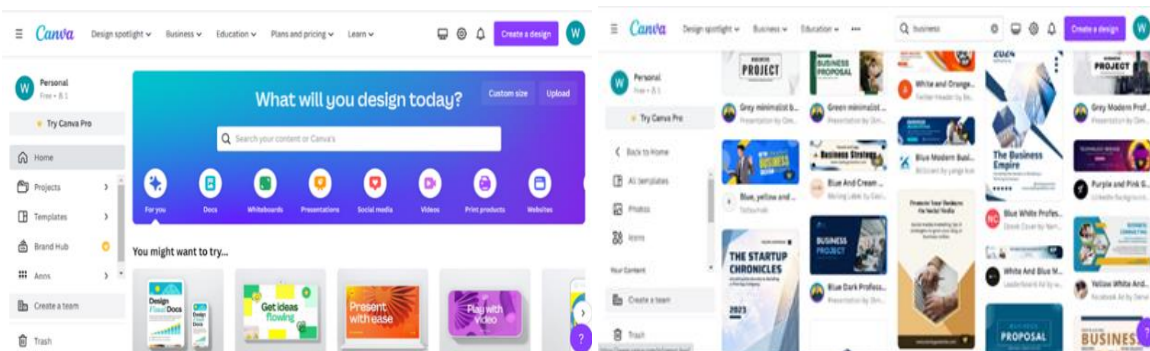
Pengetahuan tentang pentingnya iklan digital dalam proses pemasaran diberikan oleh pelatihan ini. Iklan digital dapat menghemat biaya iklan dan konsumen dapat mengakses informasi produk dengan mudah, cepat, dan aman. Selain itu, pemasaran produk dapat dilakukan melalui media sosial yang dapat diakses melalui *smartphone*.

Desain grafis dan konten pemasaran sangat penting untuk kegiatan pemasaran konvensional dan digital. Canva adalah alat bantu desain logo, *flyer* sehingga sebagai alat promosi inovatif dan kreatif dapat membantu bisnis sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Canva memiliki banyak template dan alat desain seperti gambar, ikon, teks, dan filter. Pengguna dapat menyesuaikan desain mereka dengan mudah tanpa menguasai banyak aplikasi desain grafis. Untuk dapat menggunakan Canva, pengguna mungkin mengalami kesulitan jika koneksi internet tidak stabil (Sholeh, Suraya and Rachmawati, 2023). Pelaku bisnis dapat menggunakan Canva untuk meningkatkan kreativitas dalam membuat media promosi yang menarik. Aplikasi ini mudah digunakan untuk membuat desain grafis dan cepat. Diharapkan bahwa pelatihan ini akan membantu peserta, khususnya pemula, menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam membuat konten marketing dan desain yang bagus dengan cara yang mudah, cepat, dan murah.

Proses pelatihan dimulai dengan penilaian *pre-test* tentang tingkat pengetahuan dan pengalaman mengikuti pelatihan pemasaran digital. Menurut tanggapan mitra, 50 % peserta tahu dan 90 % belum paham penggunaan aplikasi pemasaran digital serta 100% peserta belum pernah mengikuti pelatihan pemasaran digital. Namun ada 10% peserta sudah tahu aplikasi Canva namun 100 % yang artinya secara keseluruhan peserta belum terampil untuk membuat konten digital dengan aplikasi Canva. Materi pelatihan mencakup konsep dasar desain, seperti pengaturan warna dan desain tata letak. Selain itu, petani muda dapat mencoba berbagai tipe desain untuk menemukan yang paling sesuai dengan kemampuan dan kebutuhannya. Kegiatan pelatihan ini juga dapat mendorong para petani muda untuk membuat desain mereka sendiri. Diharapkan para petani muda yang terlibat dalam PKM dapat meningkatkan kemampuan literasi digital dengan mengikuti pelatihan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa petani muda akan memiliki kesempatan untuk *trial and error* dengan aplikasi Canva melalui pelatihan.

Pelatihan dimulai dengan pengenalan Canva. Dijelaskan diawal dalam sesi ini bahwa Canva merupakan aplikasi digital yang dapat digunakan dalam membuat model desain untuk berbagai jenis produk, seperti poster, cover buku, dan desain lapisan. Aplikasi Canva dapat diakses dengan mudah melalui komputer atau HP (*smartphone*). Aplikasi Canva tidak membutuhkan kemampuan desain khusus, sehingga sangat cocok untuk petani muda yang tidak memiliki pengalaman desain sebelumnya. Peserta PKM dapat menggunakan Canva di HP berbasis android dalam beberapa cara. Pertama, mengunduh aplikasi di *Playstore*; kedua, membuat akun dan memilih desain dan template dengan mencari jenis desain yang mereka butuhkan di kolom pencarian seperti Gambar 2 menunjukkan contoh logo tampilan dan template aplikasi Canva. Canva adalah aplikasi yang akan digunakan untuk membuat konten media sosial

karena sangat mudah digunakan dan memiliki item-item menarik yang dapat dimasukkan ke dalam konten yang dibuat (Abdillah *et al.*, 2023).



Gambar 2. Logo tampilan dan template aplikasi Canva

Para mitra kemudian memiliki kesempatan untuk menggunakan aplikasi canva. Mitra akan memperoleh pengalaman dengan aplikasi Canva sebagai alat desain melalui pelaksanaan PKM ini. Mitra dibantu serta diajarkan membuat akun, jenis template, dan alat yang diperlukan untuk melakukan desain. Proses tervisualisasi dimulai dengan penggunaan aplikasi Canva, yang memiliki berbagai template desain konten dan fitur tambahan untuk membuat animasi, jenis huruf, dan fitur lainnya, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.

Selanjutnya setelah kegiatan ini, seluruh mitra (peserta kegiatan PKM) diminta untuk memiliki akun bisnis media sosial untuk usahanya, di mana kontennya dapat menarik pembeli. Mitra harus memiliki logo yang menjadi identitas bisnis tersebut. Sebagai hasil dari kegiatan ini, mitra memiliki akun media sosial untuk bisnis khususnya pada akun Facebook dan Instagram, di mana sudah banyak konten yang diupload. Ada banyak template yang dapat dipilih dengan memasukkan kata kunci pencarian di bagian kiri atas. Setiap desain memiliki kelebihan dan kekurangan bagi pengguna. Dalam aplikasi Canva, desainer dapat menggunakan template yang sudah ada dan hanya perlu mengganti teks dan gambar sesuai dengan konten yang akan dibuat. Selain itu, Canva menawarkan item yang menarik dan unik untuk diselipkan ke dalam desain konten mereka, tetapi modifikasi terbatas. Selanjutnya, konten dibuat di Canva dengan memilih media sosial. Memasukkan gambar dan ke dalam tampilan menu teks dan menggunakan berbagai stiker. Pada tahap ini, mitra diminta untuk melakukan pencarian template yang sesuai. Selama program berlangsung, partisipasi peserta PKM sangat baik. Gambar 3 menunjukkan antusiasme peserta yang aktif berbicara dan bertanya tentang bagaimana aplikasi digunakan, dan mereka ingin menerapkan dalam menjalankan kegiatan usaha pertanian. Kegiatan ini dapat membantu peserta lebih memahami cara menggunakan *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan. Pelatihan dilakukan melalui praktik langsung pada akun peserta yang telah dibuat sebelumnya. Dalam simulasi, peserta diberi tugas untuk membuat konten untuk produk bisnis. Pembuatan desain produk dimulai dengan pengenalan Canva, contoh konten produk yang sudah dibuat, dan kemudahan membuat konten produk yang diambil dari template.



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan Membuat Konten Promosi Digital Berbasis Aplikasi Canva

Gambar 3 menunjukkan bagaimana materi yang disampaikan narasumber disampaikan. Proses ini disesuaikan dengan kemampuan masing-masing peserta. Keberhasilan kegiatan bergantung pada kemampuan peserta. Contoh-contoh yang diberikan dipraktikkan secara langsung oleh semua peserta. Semua mitra didampingi selama kegiatan pelatihan. Mulai dengan membuka aplikasi HP, memilih template logo, dan mengambil foto dan konten untuk produk. Semua pertanyaan selalu dijawab, dan mitra menerima arahan yang cukup jelas dan dapat dipahami. Jika ada masalah, mitra langsung dibimbing untuk memahami materi dan melaksanakan pelatihan dengan baik. Salah satu keberhasilan pelatihan dengan Canva adalah antusiasme peserta dan kemampuan dalam membuat konten promosi, seperti ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil desain karya para peserta PKM menggunakan aplikasi Canva

Salah satunya dicapai dengan memasukkan konten promosi dengan desain yang menarik, seperti poster, *e-flyer*, *story-feed*, dan postingan yang akan dibagikan di berbagai media sosial (Gambar 4). Monitoring dan Evaluasi merupakan kegiatan untuk memastikan bahwa tujuan dan sasaran Program Pengabdian Kepada Masyarakat tercapai sesuai dengan indikator. Oleh karena itu, indikator keberhasilan pelaksanaan PKM termasuk kegiatan evaluasi, yaitu pengisian kuisioner tentang pelaksanaan kegiatan pelatihan. Secara keseluruhan, mitra menunjukkan respons yang sangat positif terhadap pelaksanaan kegiatan PKM ini. Hal ini ditunjukkan oleh tingginya

motivasi mitra dan partisipasi dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam membuat desain promosi menggunakan aplikasi Canva. Partisipasi mitra sasaran dalam program ini juga dinilai tinggi, seperti yang ditunjukkan dengan proses diskusi tanya jawab yang cukup intens sehingga menjadi indikator adanya ketertarikan minat yang tinggi seluruh peserta selama kegiatan pelatihan berlangsung. Peserta dalam kegiatan monitoring mulai memahami dan menyadari akan pentingnya pemasaran digital dalam upaya untuk mendapatkan akses pasar yang lebih luas. Selanjutnya pada Gambar 5 menunjukkan bahwa selama pelaksanaan kegiatan terlihat mitra sangat senang, antusias, berpartisipasi aktif, seperti ditunjukkan kedatangan yang tepat waktu dan keaktifan selama pelatihan berlangsung.



Gambar 5. Foto peserta pelatihan Peningkatan Kapasitas Kewirausahaan Petani Muda

Selanjutnya, evaluasi kegiatan dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada peserta sepanjang kegiatan seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Evaluasi Kegiatan Peningkatan Kapasitas Kewirausahaan Petani Muda di Desa Bintang Mas Kabupaten Kubu Raya

No.	Kegiatan	Tolak Ukur	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
1	Bimbingan dan pendampingan peningkatan kapasitas kewirausahaan	Tingkat pengetahuan dan pemahaman mitra	50% peserta tahu dan 90 % belum paham secara baik	100% peserta mengetahui dan memahami baik dan tepat konsep prinsip kewirausahaan dan pemasaran digital
2	Pelatihan dan pendampingan pembuatan desain promosi digital berbasis aplikasi canva	Tingkat keterampilan mitra dalam pembuatan konten promosi digital berbasis aplikasi canva	Hanya 10% yang tahu namun 100 belum terampil membuat desain promosi	70% sudah tahu dan terampil dalam pembuatan konten promosi digital berbasis aplikasi canva

Setiap mitra ditanya tentang tingkat kepuasan terhadap kegiatan PKM dan tingkat keterampilan dengan pelatihan canva diukur. Hasil akhir evaluasi kegiatan pelatihan pemasaran digital dan pembuatan desain promosi digital berbasis aplikasi Canva menunjukkan setiap mitra mengatakan bahwa mereka sangat puas dan

berharap kegiatan ini dapat meningkatkan akses pasar yang lebih luas. Hasil lainnya menunjukkan adanya peningkatan keterampilan yang awalnya 100% belum terampil terjadi peningkatan sebesar 70% menjadi lebih terampil dalam membuat desain promosi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM menunjukkan respon positif dan antusiasme kepuasan mitra tinggi serta berhasil membuat kelompok petani muda yang menjadi mitra memiliki keterampilan dalam memanfaatkan pemasaran digital dengan membuat konten promosi menggunakan aplikasi Canva. Keberlanjutan pendampingan kegiatan pemasaran digital perlu dilakukan dalam upaya peningkatan akses pasar produk pertanian yang dihasilkan lebih luas sehingga dapat meningkatkan perekonomian keluarga petani muda di Desa Bintang Mas Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan Kegiatan PKM ini didanai oleh Dana DIPA Tahun 2023 Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura. Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada mitra kelompok petani muda di Desa Bintang Mas Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya yang memberikan fasilitas dan bersedia menjadi mitra dalam kegiatan PKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, N. *et al.* (2023) 'Pelatihan Marketing Online Dan Pemanfaatan Media Sosial Umkm Dapor 38 Kelurahan Pakis , Surabaya', 4(1), pp. 297–302. Available at: <https://www.ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/3814/2377>.
- Adilest, J., Trinugraha, Y. H. and Purwanto, D. (2023) 'Krisis Regenerasi Petani Muda Di Tengah Industialisasi (Studi Fenomenologi Di Desa Blimbing, Kecamatan Gatak, Kabupaten Sukoharjo)', *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 7(2), pp. 1308–1313. doi: 10.58258/jisip.v7i1.4871/http.
- Anwarudin, O. *et al.* (2020a) 'Kapasitas Kewirausahaan Petani Muda dalam Agribisnis di Jawa Barat', *Jurnal Penyuluhan*, 16(02), pp. 267–276.
- Anwarudin, O. *et al.* (2020b) 'Process and Approach to Farmer Regeneration Through Multi-strategy in Indonesia', *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pertanian*, 39(2), p. 73. doi: 10.21082/jp3.v39n2.2020.p73-85.
- Ardyanti, R. K., Purnomo, M. and Kustanti, A. (2024) 'Driving Factors of the Rapid Development of Millennial Farmers in Malang Raya', 12(1), pp. 159–168. doi: 10.13189/ujar.2024.120115.
- Arvianti, E. Y. *et al.* (2019) 'Gambaran Krisis Petani Muda Indonesia', *Agriekonomika*, 8(2), pp. 168–180. doi: 10.21107/agriekonomika.v8i2.5429.
- Badan Pusat Statistik (2023) 'Hasil Pencacahan Lengkap Sensus Pertanian 2023 -

- Tahap I - Badan Pusat Statistik Indonesia', *Badan Pusat Statistik*. Available at: <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/12/04/2050/hasil-pencacahan-lengkap-sensus-pertanian-2023---tahap-i.html>.
- Bhakti, Y. B., Astuti, I. A. D. and Syahid, S. (2022) 'Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Hasil Pertanian di Desa Citorek Timur', *SINAR SANG SURYA: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), p. 453. doi: 10.24127/sss.v6i2.2231.
- Choirina, P. *et al.* (2022) 'Peningkatan Marketing UMKM Dengan Pelatihan Desain Grafis Untuk Karang Taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang', *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), pp. 8–16. doi: 10.33379/icom.v2i1.1195.
- Larasati, G. and Roidah, I. S. (2023) 'Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Pembuatan Konten Gambar Sebagai Upaya Promosi Produk Umkm Di Media Sosial', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), pp. 17–23. Available at: https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index.
- Nita, D. R., Anwarudin, O. and Nazaruddin (2020) 'Regenerasi Petani Melalui Pengembangan Minat Pemuda pada Kegiatan KRPL di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor', *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, 15(1), pp. 8–22.
- Sholeh, M., Suraya, S. and Rachmawati, R. Y. (2023) 'Penggunaan Aplikasi Canva Sebagai Desain Konten Promosi Bagi Pelaku Umkm', *Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), pp. 107–113. doi: 10.24071/aa.v6i2.6667.
- Sulistiyanto (2023) 'Desain dan Digital Marketing Online Menggunakan Canva', *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(1 SE-Articles), pp. 1–5. Available at: <https://syadani.onlinelibrary.id/index.php/JS/article/view/61>.
- Supatminingsih, T. and Tahir, T. (2022) 'Analisis Minat Petani Muda Dalam Berwirausaha Pada Bidang Pertanian Tanaman Kopi di Desa Osango , Kabupaten Mamasa', *Jurnal of Economuc Education and Entrepreneurship Studies*, 3(1), pp. 277–293.
- Susilowati, S. H. (2016) 'Fenomena Penuaan Petani dan Berkurangnya Tenaga Kerja Muda serta Implikasinya bagi Kebijakan Pembangunan Pertanian', *Forum penelitian Agro Ekonomi*, 34(1), p. 35. doi: 10.21082/fae.v34n1.2016.35-55.
- Zaman, B., Pungsanti, P. T. and Handayani, S. (2023) 'Peningkatan Kemampuan Pembuatan Materi Iklan Produk UMKM Desa Truko Kendal Menggunakan Canva', *Tematik*, 4(2), pp. 232–237.