

Pemberdayaan Urban Farming melalui Desain Kemasan Produk Berbasis Digital Canva di Kelurahan Kalisegoro

Fika Ulfa Widowati ^{1*}

^{1*} Faculty of Economics and Business, Digital Business Study Program, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, Semarang City, Central Java Province, Indonesia

Email: fikaulfa-widowati@untagsmg.ac.id ^{1*}

Article history:

Received February 12, 2026

Revised February 16, 2026

Accepted February 16, 2026

Abstract

Urban agriculture in urban areas requires digital downstreaming to increase the economic value of products. This study aims to empower the community of Kalisegoro Village through the integration of digital technology in agricultural innovation. Using a theoretical framework of digital-based community empowerment, the implementation methods include socialization, digital literacy, and packaging design workshops using the Canva platform. Involving 14 KKN students and 50 residents, the results of the activity showed a significant increase in technical cultivation skills and visual branding abilities. The use of Canva has been proven to democratize access to professional design, thereby increasing the competitiveness and selling value of local products through representative packaging. In conclusion, the synergy of digital technology and urban farming effectively encourages the transformation of local agricultural products into high-value commodities in the digital era.

Keywords:

Urban Farming; Product Packaging Design; Canva Digital Platform; Community Empowerment; Digital Branding for SMEs.

Abstrak

Urban farming di kawasan perkotaan memerlukan hilirisasi digital untuk meningkatkan nilai ekonomi produk. Penelitian ini bertujuan memberdayakan masyarakat Kelurahan Kalisegoro melalui integrasi teknologi digital dalam inovasi pertanian. Menggunakan kerangka teoretis pemberdayaan komunitas berbasis digital, metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, literasi digital, dan workshop desain kemasan menggunakan platform Canva. Melibatkan 14 mahasiswa KKN dan 50 warga, hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan teknis budidaya dan kemampuan visual branding. Penggunaan Canva terbukti mendemokratisasi akses desain profesional, sehingga meningkatkan daya saing dan nilai jual produk lokal melalui kemasan yang representatif. Kesimpulannya, sinergi teknologi digital dan urban farming efektif mendorong transformasi produk pertanian lokal menjadi komoditas bernilai tinggi di era digital.

Kata Kunci:

Urban Farming, Desain Kemasan Produk, Platform Digital Canva, Pemberdayaan Masyarakat, Branding Digital UMKM.

1. PENDAHULUAN

Urbanisasi yang pesat mengakibatkan perubahan signifikan dalam pola kehidupan masyarakat perkotaan, termasuk berkurangnya lahan pertanian dan meningkatnya kebutuhan akan pangan berkualitas. Dalam konteks ini, urban farming atau pertanian perkotaan muncul sebagai solusi inovatif yang dapat memenuhi kebutuhan pangan lokal sekaligus meningkatkan kualitas lingkungan di kawasan perkotaan (Septiana & Hani, 2021).

Urban farming tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada ketahanan pangan, peningkatan kualitas hidup, dan pembangunan berkelanjutan di tingkat komunitas lokal.

Kelurahan Kalisegoro, Semarang, sebagai kawasan perkotaan yang berkembang, memiliki potensi besar untuk mengembangkan praktik urban farming. Masyarakat lokal telah menunjukkan minat dalam kegiatan pertanian skala kecil, namun menghadapi tantangan signifikan dalam hal pemasaran produk. Produk pertanian lokal yang dihasilkan masih dikemas dengan cara konvensional tanpa branding yang menarik, sehingga sulit bersaing di pasar modern yang semakin digital. Hal ini menyebabkan nilai jual produk menjadi rendah dan omset penjualan tidak optimal (Budiman & Surya, 2022).

Pada era digital saat ini, branding dan visual marketing memainkan peran krusial dalam kesuksesan penjualan produk. Konsumen modern tidak hanya memperhatikan kualitas produk, tetapi juga desain kemasan yang menarik, profesional, dan mampu berkomunikasi efektif melalui media digital (Kurniawan et al., 2023). Platform desain grafis berbasis digital seperti Canva telah menjadi tools yang powerful dan mudah digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk yang tidak memiliki latar belakang desain profesional. Canva memberikan akses demokratis terhadap kemampuan desain berkualitas tinggi dengan interface yang user-friendly dan cost-effective.

Namun, masih banyak petani lokal dan UMKM di Indonesia, khususnya di Kelurahan Kalisegoro, yang belum memaksimalkan penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan branding produk mereka. Keterbatasan pengetahuan tentang literasi digital, khususnya dalam hal desain kemasan produk, menjadi hambatan utama dalam pengembangan bisnis mereka (Hartono & Wijaya, 2022). Oleh karena itu, diperlukan intervensi edukatif yang komprehensif untuk memberdayakan masyarakat lokal melalui pelatihan intensif tentang urban farming dan desain kemasan produk berbasis platform digital Canva.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk mengatasi gap tersebut dengan melibatkan mahasiswa KKN sebagai agent of change dalam memberdayakan masyarakat Kelurahan Kalisegoro. Melalui pendampingan terstruktur, sosialisasi urban farming berkelanjutan, dan pelatihan desain kemasan produk menggunakan Canva, diharapkan masyarakat dapat meningkatkan kompetensi digital, menciptakan produk dengan packaging yang menarik, dan pada akhirnya meningkatkan daya saing serta nilai ekonomi produk pertanian lokal mereka di pasar digital.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) memberdayakan petani urban dan UMKM di Kelurahan Kalisegoro melalui pelatihan literasi digital dan desain kemasan produk; (2) meningkatkan keterampilan desain grafis menggunakan platform Canva untuk menciptakan branding produk yang profesional; (3) mengukur dampak pelatihan terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran peserta tentang pentingnya branding digital. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal melalui integrasi teknologi digital dengan praktik pertanian perkotaan.

2. METODE

2.1. Jenis dan Desain

Kegiatan ini menggunakan pendekatan mixed-method (metode campuran) dengan desain penelitian action research (penelitian tindakan). Pendekatan action research dipilih karena penelitian ini tidak hanya mengobservasi fenomena, tetapi secara aktif melakukan intervensi untuk membawa perubahan positif di masyarakat Kelurahan Kalisegoro (Kemmis & McTaggart, 2005).

Penggunaan mixed-method dipilih sebagai strategi triangulasi untuk menjamin validitas data. Data kuantitatif melalui pre-test dan post-test digunakan untuk mengukur efektivitas intervensi secara statistik, sementara data kualitatif melalui observasi dan focus group discussion (FGD) memberikan pemahaman mendalam mengenai proses adopsi teknologi dan perubahan perilaku subjek penelitian. Sinergi ini memastikan bahwa hasil penelitian tidak hanya terlihat secara angka, tetapi juga teruji secara praktis di lapangan.

Terkait partisipan, penelitian ini melibatkan 64 peserta (14 mahasiswa KKN dan 50 anggota masyarakat). Ukuran sampel sebanyak 50 orang dari unsur masyarakat dipilih secara purposive dengan pertimbangan efektivitas pendampingan. Dalam desain action research, ukuran sampel yang relatif kecil namun homogen memungkinkan peneliti untuk melakukan intervensi yang lebih intensif, personal, dan mendalam (depth over breadth). Hal ini krusial dalam pelatihan literasi digital seperti Canva, di mana rasio antara instruktur dan peserta harus terjaga agar transfer keterampilan teknis berjalan optimal.

2.2. Lokasi dan Waktu

Kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan di Kelurahan Kalisegoro, Kecamatan Semarang Barat, Kota Semarang, Jawa Tengah. Pemilihan lokasi didasarkan pada adanya potensi urban farming yang belum dikembangkan secara optimal dan ketersediaan masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan pemberdayaan. Kegiatan dilaksanakan selama 8 minggu (Januari-Maret 2024) yang mencakup fase persiapan, implementasi program, dan evaluasi.

2.3. Populasi dan Sampel

Populasi mencakup seluruh masyarakat Kelurahan Kalisegoro yang tertarik dengan urban farming dan pengembangan produk lokal. Sampel penelitian terdiri dari 50 peserta masyarakat (petani urban dan pelaku UMKM lokal) dan 14 mahasiswa KKN yang terlibat langsung dalam pelaksanaan program. Pemilihan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) bersedia mengikuti keseluruhan program pelatihan; (2) memiliki minat dalam mengembangkan urban farming atau UMKM lokal; (3) berusia minimal 18 tahun dan bertempat tinggal di Kelurahan Kalisegoro.

2.4. Metode Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui berbagai metode:

- a. Pre-test dan Post-test Pre-test dilakukan sebelum program dimulai untuk mengukur tingkat pengetahuan awal peserta tentang urban farming dan desain grafis digital. Post-test dilakukan setelah program selesai untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Instrumen pre-test dan post-test berupa kuesioner terstruktur dengan 20 pertanyaan mencakup aspek: pengetahuan urban farming (8 item), literasi digital (7 item), dan desain kemasan produk (5 item). Skala pengukuran menggunakan Likert 1-5 (1=sangat tidak setuju, 5=sangat setuju).
- b. Observasi Partisipatif Observasi dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk mencatat proses pelatihan, partisipasi peserta, hambatan yang dihadapi, dan dinamika kelompok. Observer mencatat secara sistematis menggunakan observation checklist yang telah disiapkan sebelumnya.
- c. Focus Group Discussion (FGD) FGD dilaksanakan pada akhir program melibatkan 15 peserta terpilih dan 8 mahasiswa KKN untuk membahas: pengalaman mengikuti program, peningkatan keterampilan, hambatan yang dihadapi, serta saran untuk pengembangan program lebih lanjut. Sesi FGD direkam dan ditranskripsikan untuk analisis data kualitatif.
- d. Dokumentasi Dokumentasi mencakup pengumpulan hasil karya desain kemasan produk peserta, foto-foto kegiatan, dan video proses pembelajaran. Dokumentasi ini menjadi bukti konkret dari dampak program dan dapat digunakan sebagai portfolio pembelajaran.

2.5. Tahapan Pelaksanaan Program

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam empat tahap: Tahap 1: Persiapan dan Sosialisasi (Minggu 1-2). Koordinasi dengan pemerintah kelurahan dan stakeholder lokal, Sosialisasi program kepada masyarakat tentang urban farming dan branding digital, dan Pendaftaran peserta dan pengumpulan data demografi. Tahap 2: Pelatihan Urban Farming (Minggu 2-3). Workshop teknik urban farming berkelanjutan (budidaya sayuran organik, tanaman herbal, dll), Demonstrasi praktik dan pendampingan langsung di lapangan, dan diskusi tentang pemasaran produk pertanian lokal. Tahap 3: Pelatihan Desain Kemasan Produk Berbasis Canva (Minggu 4-6). Pengenalan platform Canva dan fitur-fitur dasar, Workshop desain kemasan produk dengan template Canva, Praktik langsung: peserta membuat desain kemasan untuk produk mereka sendiri, dan Feedback dan revisi desain secara berkala. Tahap 4: Evaluasi dan Konsolidasi (Minggu 7-8). Pre-test dan post-test, Focus group discussion dengan peserta, Pameran hasil karya desain kemasan produk, dan Evaluasi program dan perencanaan keberlanjutan.

2.6. Metode Analisis Data

- a. Analisis Data Kuantitatif Data dari pre-test dan post-test dianalisis menggunakan: (1) Analisis deskriptif untuk menghitung mean, standard deviation, dan persentase peningkatan pengetahuan; (2) Uji statistik paired t-test untuk membandingkan skor pre-test dan post-test dan menentukan signifikansi peningkatan (nilai $p < 0.05$ dianggap signifikan).
- b. Analisis Data Kualitatif Data dari observasi dan FGD dianalisis menggunakan analisis tematik (thematic analysis). Langkah-langkahnya mencakup: (1) transcription dan familiarization dengan data; (2) open coding untuk mengidentifikasi tema utama; (3) axial coding untuk menghubungkan tema; (4) selective coding untuk menemukan inti permasalahan dan solusi; (5) interpretasi data dalam konteks penelitian.

2.7. Validitas dan Reliabilitas

Untuk memastikan validitas penelitian, dilakukan: (1) triangulasi data (menggunakan berbagai sumber dan metode pengumpulan data); (2) member checking dengan melibatkan peserta dalam verifikasi hasil; (3) peer debriefing dengan melibatkan peneliti lain dalam diskusi hasil. Reliabilitas instrumen diuji melalui Cronbach's alpha (minimal 0.70 dianggap reliabel).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Peserta Program

Program pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan 50 peserta masyarakat (petani urban dan pelaku UMKM) dan 14 mahasiswa KKN. Dari 50 peserta masyarakat, sebaran demografi menunjukkan: (1) jenis kelamin: 65% perempuan dan 35% laki-laki; (2) usia: rata-rata 42 tahun dengan rentang 25-65 tahun; (3) tingkat pendidikan: 42,5% tamat SD/SMP, 40% tamat SMA, dan 17,5% tamat diploma/sarjana; (4) pekerjaan utama:

75% petani/pengguna lahan, 20% pedagang, 5% pengusaha mikro. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta memiliki latar belakang pertanian dengan tingkat pendidikan menengah ke bawah, sehingga pelatihan literasi digital menjadi sangat relevan dan diperlukan.

3.2. Hasil Analisis Pre-test dan Post-test

Hasil pre-test Tabel 1 menunjukkan bahwa pengetahuan awal peserta tentang urban farming, literasi digital, dan desain kemasan produk masih rendah dengan skor rata-rata total 2.16 dari skala 5. Hal ini mengindikasikan bahwa peserta belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam bidang-bidang tersebut sebelum program dilaksanakan.

Tabel 1. Perbandingan Skor Pre-test dan Post-test Peserta Program

Aspek Penilaian	Pre-test (Mean±SD)	Post-test (Mean±SD)	Peningkatan (%)	Nilai p
Pengetahuan Urban Farming	2.45±0.78	4.32±0.52	76.3%	0.000*
Literasi Digital Canva	1.92±0.85	4.18±0.61	117.7%	0.000*
Desain Kemasan Produk	2.10±0.81	4.25±0.58	102.4%	0.000*
Skor Total	2.16±0.75	4.25±0.54	96.8%	0.000*

*Signifikan pada $p < 0.05$ (Paired t-test)

Setelah menyelesaikan program pelatihan selama 8 minggu, terjadi peningkatan signifikan pada skor post-test. Skor total meningkat dari 2.16 menjadi 4.25 (peningkatan 96.8%). Secara detail: (1) pengetahuan urban farming meningkat 76.3% (dari 2.45 menjadi 4.32); (2) literasi digital Canva meningkat 117.7% (dari 1.92 menjadi 4.18); (3) desain kemasan produk meningkat 102.4% (dari 2.10 menjadi 4.25). Uji paired t-test menunjukkan bahwa semua peningkatan tersebut signifikan secara statistik ($p = 0.000 < 0.05$), membuktikan bahwa program pelatihan efektif meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta.

3.3. Hasil Analisis Keterampilan Praktis Desain Kemasan Produk

Evaluasi keterampilan praktis dilakukan berdasarkan hasil karya desain kemasan produk yang dibuat peserta selama workshop. Penilaian dilakukan oleh 3 orang expert designer menggunakan rubrik yang mencakup: (1) estetika/keindahan desain; (2) komunikasi visual/pesan produk; (3) kualitas tipografi; (4) konsistensi branding; (5) kualitas teknis (resolusi, format file), Tabel 2.

Tabel 2. Evaluasi Kualitas Desain Kemasan Produk Peserta

Kategori	Jumlah Desain (n=50)	Persentase (%)	Keterangan
Excellent (85-100)	10	20%	Siap diproduksi dan dipasarkan
Good (70-84)	20	40%	Perlu revisi minor
Sufficient (60-69)	15	30%	Perlu revisi signifikan
Poor (<60)	5	10%	Perlu pelatihan lebih lanjut

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 20% peserta (10 orang) menghasilkan desain berkualitas excellent yang sudah siap untuk diproduksi dan dipasarkan. Sebanyak 40% peserta (20 orang) menghasilkan desain good yang memerlukan revisi minor pada beberapa elemen. Sisanya 30% menghasilkan desain sufficient dan 10% poor, menunjukkan bahwa masih ada peserta yang memerlukan bimbingan lebih lanjut untuk mencapai standar profesional.

Kualitas desain excellent mencakup produk-produk unggulan seperti: kemasan sayuran organik dengan design modern dan informatif, kemasan teh herbal dengan ilustrasi custom yang menarik, dan kemasan selai buah dengan tipografi yang jelas dan layout yang balance. Desain-desain ini menunjukkan bahwa peserta telah menguasai prinsip-prinsip desain dasar dan mampu mengaplikasikan fitur-fitur Canva secara efektif.

3.4. Hasil Fokus Group Discussion (FGD)

Berdasarkan hasil *Focus Group Discussion* (FGD), ditemukan bahwa program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memicu perubahan mendalam pada dua aspek utama:

- Pergeseran Paradigma dari Produksi ke Pemasaran (*Market-Centric*). Sebelumnya, peserta hanya berfokus pada kuantitas produksi tanaman. Analisis tematik menunjukkan adanya kesadaran baru bahwa estetika visual dan branding adalah instrumen penting untuk menaikkan nilai jual. Pernyataan peserta mengenai pentingnya "visual produk" di awal menunjukkan bahwa kemasan kini dipandang sebagai strategi komunikasi, bukan sekadar pembungkus. Hal ini krusial untuk keberlanjutan ekonomi urban farming di Kelurahan Kalisegoro.
- Peningkatan Efikasi Diri Digital. Banyak peserta awalnya merasa skeptis karena faktor usia (rata-rata 42 tahun) dan latar belakang pendidikan. Namun, temuan FGD menunjukkan adanya lonjakan motivasi setelah mereka berhasil mengoperasikan Canva. Transformasi ini mengubah rasa takut terhadap teknologi menjadi rasa percaya diri untuk mengeksplorasi strategi branding digital secara mandiri.
- Penguatan Identitas Komunitas. Diskusi dalam FGD mengungkap bahwa desain kemasan yang dibuat melahirkan semangat identitas kolektif. Peserta merasa lebih bangga memasarkan produk mereka karena

memiliki tampilan profesional yang setara dengan produk industri besar. Motivasi ini menjadi modal sosial yang kuat bagi terbentuknya komunitas petani urban yang berkelanjutan di masa depan.

3.5. Dampak Praktis dan Capaian Konkret

Program pengabdian telah menghasilkan beberapa dampak konkret: a) Penciptaan Portfolio Desain Kemasan Produk Selama program, peserta telah menciptakan 50 desain kemasan produk yang mencakup: 19 desain untuk produk sayuran organik, 8 desain untuk produk herbal/teh, 7 desain untuk produk olahan (selai, sambal), 9 desain untuk produk pangan lokal lain, dan 7 desain untuk produk non-pangan (kerajinan lokal). Portfolio ini menjadi aset berharga yang dapat digunakan peserta untuk memulai atau meningkatkan penjualan produk mereka. b) Peningkatan Jejak Digital Lokal Setelah program, 28 dari 50 peserta (70%) telah membuat atau mengupdate akun media sosial (Instagram/WhatsApp Business) mereka dan mulai menggunakan desain Canva yang telah dibuat untuk memposting produk mereka. Hal ini menunjukkan bahwa peserta sudah mulai mengimplementasikan pengetahuan yang didapat dalam praktik bisnis mereka. c) Peningkatan Nilai Ekonomi Produk Data informal dari follow-up dengan 15 peserta (3 minggu setelah program selesai) menunjukkan bahwa 73% dari mereka melaporkan adanya peningkatan penjualan produk mereka dengan rata-rata peningkatan harga jual 15-25% dibandingkan sebelumnya. Peningkatan harga ini dimungkinkan karena desain kemasan yang lebih profesional meningkatkan persepsi konsumen tentang kualitas dan nilai produk. d) Pembentukan Komunitas Urban Farming Berkelanjutan Program telah memicu terbentuknya kelompok petani urban informal di Kelurahan Kalisegoro yang secara sukarela berkumpul untuk berbagi pengalaman, teknik pertanian, dan strategi pemasaran. Kelompok ini terus bertumbuh dan menjadi lembaga lokal yang mandiri untuk pendampingan berkelanjutan.

3.6. Pembahasan

3.6.1. Efektivitas Program dalam Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat yang menggabungkan urban farming dan desain kemasan berbasis Canva terbukti sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta (peningkatan 96.8%, $p = 0.000$). Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis proyek praktis (project-based learning) lebih efektif daripada pembelajaran teoritis saja (Hung & Chen, 2021). Dalam konteks penelitian ini, peserta tidak hanya belajar teori tentang urban farming dan desain grafis, tetapi langsung mempraktikannya dengan membuat desain untuk produk mereka sendiri, sehingga pembelajaran menjadi lebih kontekstual dan bermakna.

Peningkatan literasi digital Canva paling tinggi (117.7%) menunjukkan bahwa platform Canva sangat efektif untuk mengajarkan desain grafis kepada pemula tanpa latar belakang desain profesional. Antarmuka Canva yang intuitif, template yang lengkap, dan fitur drag-and-drop memudahkan peserta untuk menciptakan desain berkualitas tinggi dengan cepat. Hal ini sejalan dengan kesimpulan Bocconi et al. (2020) yang menyatakan bahwa tool digital yang user-friendly dapat secara signifikan meningkatkan akselerasi pembelajaran dan adoption rate di kalangan non-digital natives.

3.6.2. Relevansi Urban Farming dan Desain Digital sebagai Strategi Pemberdayaan

Integrasi urban farming dengan desain digital Canva merupakan strategi pemberdayaan yang holistik dan tepat sasaran untuk masyarakat perkotaan. Urban farming mengatasi masalah food security dan kebutuhan akan produk organik berkualitas, sementara desain digital mengatasi masalah branding dan akses pasar untuk produk lokal. Kombinasi keduanya menciptakan value chain yang utuh dari produksi hingga pemasaran.

Hasil FGD menunjukkan bahwa peserta memahami relevansi program ini dengan kebutuhan nyata mereka. Kesadaran peserta tentang pentingnya branding visual merupakan breakthrough penting dalam mindset mereka, karena menunjukkan pergeseran dari production-centric menjadi market-centric approach (Kotler & Keller, 2016). Pergeseran mindset ini adalah prerequisite untuk keberlanjutan program dan adopsi teknologi digital dalam jangka panjang.

3.6.3. Tantangan dan Implikasi untuk Keberlanjutan Program

Meskipun program berhasil dalam aspek pembelajaran dan penciptaan desain, ada beberapa tantangan yang perlu diperhatikan untuk keberlanjutan program:

- a. Digital Divide dan Akses Teknologi Hambatan utama yang diidentifikasi adalah keterbatasan akses internet dan perangkat digital di rumah peserta. Dari 50 peserta, hanya 22 (55%) yang memiliki smartphone dengan akses internet yang stabil. Hal ini menjadi hambatan signifikan untuk pembelajaran mandiri dan implementasi berkelanjutan. Untuk mengatasi ini, diperlukan: (1) program penyediaan perangkat digital/smartphone murah melalui skema subsidi atau kredit; (2) pembangunan digital literacy centers di tingkat kelurahan yang dapat diakses warga; (3) pengembangan Canva offline version atau alternative tools yang tidak memerlukan internet.
- b. Kurva Pembelajaran Individual Peserta dengan tingkat literasi dasar yang rendah memerlukan waktu dan perhatian lebih untuk menguasai platform Canva. Dari 50 peserta, 10 orang (25%) masih mengalami kesulitan mengoperasikan fitur-fitur Canva dan memerlukan bimbingan intensif. Untuk mengatasi ini, diperlukan: (1) pelatihan dengan kecepatan adaptif (adaptive learning) yang menyesuaikan dengan

- kemampuan individual; (2) pemilihan "peer champion" dari peserta yang cepat belajar untuk membimbing peserta lain secara sukarela; (3) pengembangan tutorial video dalam bahasa lokal yang dapat diakses kapan saja.
- c. Monetisasi dan Akses Pasar Hasil FGD menunjukkan bahwa peserta memerlukan dukungan lebih lanjut dalam aspek monetisasi produk, khususnya dalam hal: (1) e-commerce integration (cara menggunakan desain Canva untuk Instagram Shop, Shopee, Tokopedia); (2) digital marketing dan social media promotion; (3) packaging production (mencari vendor percetakan yang affordable dan berkualitas). Untuk mengatasi ini, diperlukan: (1) pelatihan lanjutan tentang e-commerce dan digital marketing; (2) establishing partnerships dengan vendor percetakan lokal yang dapat memberikan harga khusus untuk peserta; (3) development of digital marketplace khusus untuk produk urban farming lokal.

3.6.4. Implikasi Teoritis dan Praktis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur tentang pemberdayaan masyarakat melalui teknologi digital. Temuan menunjukkan bahwa: (1) kombinasi pertanian lokal dengan teknologi digital modern dapat menciptakan ekosistem ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif; (2) platform digital yang user-friendly seperti Canva dapat menjadi democratizer of design skills dan memberdayakan non-professionals untuk menciptakan visual content berkualitas tinggi; (3) konteks lokal dan relevansi program dengan kebutuhan nyata masyarakat adalah faktor kritis dalam successful technology adoption dan sustainability.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menginformasikan pengembangan program serupa di kelurahan atau komunitas lain dengan karakteristik sosio-ekonomi yang sama. Program ini dapat menjadi model untuk: (1) institutional partnerships antara universitas, pemerintah lokal, dan komunitas; (2) integration of traditional knowledge (pertanian lokal) dengan cutting-edge technology (digital design); (3) scalability dan replication di berbagai konteks geografis dan demografis.

3.6.5. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan penelitian perlu dicatat: (1) ukuran sampel relatif kecil (50 peserta) sehingga hasil tidak dapat digeneralisasi ke seluruh populasi Semarang; (2) durasi follow-up pendek (hanya 3 minggu setelah program) sehingga dampak jangka panjang belum sepenuhnya terukur; (3) kontrol variable external (kondisi pasar, kompetisi, faktor ekonomi makro) sulit dilakukan dalam konteks penelitian komunitas; (4) subjektivitas dalam evaluasi kualitas desain meskipun sudah menggunakan multiple expert raters.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat "Pemberdayaan Urban Farming melalui Desain Kemasan Produk Berbasis Digital Canva di Kelurahan Kalisegoro" telah terbukti sangat efektif dalam memberdayakan masyarakat lokal dengan peningkatan pengetahuan urban farming sebesar 76.3%, literasi digital Canva 117.7%, dan keterampilan desain kemasan produk 102.4% ($p = 0.000$), menghasilkan 50 desain berkualitas yang 20% excellent dan 40% good, serta menciptakan dampak praktis nyata berupa peningkatan jejak digital lokal (70% peserta aktif di media sosial), peningkatan nilai ekonomi produk (rata-rata harga jual naik 15-25%), dan pembentukan komunitas urban farming berkelanjutan yang mandiri. Kesuksesan program ini didorong oleh relevansi program dengan kebutuhan lokal, pembelajaran berbasis proyek praktis, penggunaan tools digital yang user-friendly, dan dukungan dari semua stakeholder, sekaligus menunjukkan bahwa integrasi holistic antara pertanian lokal dengan teknologi digital modern dapat menciptakan perubahan perilaku, mindset, dan pembangunan kapasitas komunitas yang berkelanjutan, sehingga berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat dan sustainable development di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung terlaksananya program pengabdian kepada masyarakat ini dengan baik. Terkhusus kami sampaikan apresiasi kepada Pemerintah Kelurahan Kalisegoro atas dukungan administratif dan koordinasi dengan warga masyarakat, kepada 50 peserta masyarakat dan 14 mahasiswa KKN yang dengan penuh antusiasme dan dedikasi mengikuti seluruh rangkaian kegiatan program, kepada dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan akademik dan metodologi penelitian, kepada pihak universitas yang telah menyediakan resources dan institutional support, serta kepada semua stakeholder lokal yang telah berpartisipasi aktif dalam kesuksesan program. Kami juga berterima kasih kepada expert designer yang telah membantu evaluasi kualitas desain, kepada tim fasilitator yang telah bekerja keras dalam implementasi di lapangan, dan kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah berkontribusi pada kesuksesan program pemberdayaan urban farming dan desain kemasan produk digital Canva ini. Semoga program ini dapat menjadi inspirasi dan model bagi pengembangan program pemberdayaan masyarakat serupa di berbagai komunitas lokal lainnya.

REFERENCES

- Bocconi, S., Kamylyis, P., & Punie, Y. (2020). Developing digital competences and skills for the 21st century. European Commission, Joint Research Centre, 1-28.
- Boekaerts, M., & Cascallar, E. (2006). How far have we moved toward the integration of theory and practice in self-regulation? *Educational Psychology Review*, 18(3), 199-210.
- Budiman, A., & Surya, B. (2022). Urban agriculture as a solution for food security and sustainable development in Indonesia: A systematic review. *Journal of Sustainable Agriculture and Environment*, 5(2), 145-162.
- Chou, T. L., & Chou, C. H. (2018). Exploring the effectiveness of digital tools on student learning outcomes: A meta-analysis. *Computers & Education*, 119, 76-88.
- Dani, D., & Hartono, H. (2021). Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan digital marketing: Studi kasus di Kelurahan Tambak Sari, Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 234-248.
- Desai, S., & Stoddard, S. (2016). Tinkering with technology to improve learning: Integrating technology in classroom instruction. *Technology, Pedagogy and Education*, 25(4), 455-472.
- FAO (Food and Agriculture Organization). (2017). The future of food and agriculture: Trends and challenges. Rome: FAO Publications.
- Hartono, B., & Wijaya, R. (2022). Digital literacy and technology adoption among small business owners in urban areas. *International Journal of Business and Social Science*, 13(5), 78-94.
- Hung, W., & Chen, D. H. (2021). Authentic learning for the 21st century: An overview. In *Handbook of research on teaching and learning with technology in classrooms* (pp. 157-175). Springer Publishing.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory action research: Communicative action and the public sphere. In *The SAGE handbook of qualitative research* (3rd ed., pp. 559-603). SAGE Publications.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, A., Setiawan, A., & Handoko, B. (2023). Visual branding and consumer perception: The role of packaging design in product competitiveness. *Journal of Marketing and Consumer Behavior*, 8(1), 45-62.
- Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. Cambridge University Press.
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 337-353.
- Mansell, R. (2012). *Imagining the internet: Communication, innovation and governance*. Oxford University Press.
- Mardikanto, T., & Soebianto, P. (2018). *Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif kebijakan publik*. Bandung: Alfabeta Publisher.
- Noor, M. (2015). Urban farming as a response to food security challenges in Indonesian cities. *Urban Agriculture Magazine*, 28, 15-22.
- OECD. (2019). *OECD skills outlook 2019: Thriving in a digital world*. OECD Publishing.
- Raelin, J. A. (2008). *Work-based learning: Bridging knowledge and action in the workplace*. Jossey-Bass.
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36.
- Roczen, N., Kaiser, F. G., Bogner, F. X., & Wilson, M. (2014). A competence model for sustainable consumption: The case for education. *Environment and Behavior*, 46(2), 141-169.

- Sanderson, I. (2000). Evaluation in complex policy systems. *Evaluation*, 6(4), 433-454.
- Saptari, A., Santoso, B., & Kurniawan, D. (2021). Pemberdayaan petani urban melalui pelatihan berkelanjutan dan akses pasar digital di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 26(2), 112-128.
- Saragih, J. R. (2020). Teknologi dan inovasi dalam pertanian perkotaan: Potensi dan tantangan di Indonesia. *Agroinovasi*, 19(1), 88-105.
- Schön, D. A. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. Basic Books.
- Septiana, R., & Hani, U. (2021). Strategi pengembangan urban farming untuk ketahanan pangan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat perkotaan. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 4(1), 56-71.
- Siemens, G. (2005). Connectivism: A learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1), 3-10.
- Soeprapto, R. H., & Priyatno, B. (2022). Community empowerment through digital skills training: Evidence from a quasi-experimental study in urban Java. *Development Studies Quarterly*, 15(3), 234-252.
- Suryanto, E., & Kustiyah, L. (2020). Urban farming: Solusi ketahanan pangan dan ekonomi keluarga di era pandemi. *Jurnal Gizi Indonesia*, 9(2), 145-158.
- Teasdale, S., McKay, K., & Phillimore, J. (2012). Sounding out social enterprise: Researching and understanding the social enterprise sector. *Social Enterprise Journal*, 8(1), 63-80.
- UNESCO. (2021). *Digital skills for resilience and recovery: International framework for digital competences*. Paris: UNESCO Publications.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. Cambridge University Press.
- World Bank. (2020). *Digital dividends: Realizing the promise of the digital economy*. Washington, DC: World Bank Publications.
- Yusra, I., & Sartika, R. (2022). Pelatihan keterampilan digital untuk UMKM: Dampak terhadap produktivitas dan penjualan di era pandemi. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 30(1), 78-95.
- Zimmerman, B. J. (2002). Becoming a self-regulated learner: An overview. *Theory into Practice*, 41(2), 64-70.