



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 401-414

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Transformasi Digital dan Strategi Nilai Tambah: Pemberdayaan Kelompok Petani Perempuan (KWT) melalui Pemasaran Digital Terpadu dan Inovasi Produk di Desa sumberdem Kecamatan Wonosari

Yudha Pradana, Agung Winarno, Agus Hermawan

Departemen Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang

yudha.pradana.2504138@students.um.ac.id, agung.winarno.fe@um.ac.id, agus.hermawan.fe@um.ac.id*

Abstrak

Rural women farmers in developing countries often face significant challenges in scaling their businesses due to conventional management practices and limited access to digital markets. In Wonosari Village, the Women Farmers Group (KWT) possessed abundant local resources like coffee and vegetables but suffered from low added value and lack of professional organizational structures. This study aims to evaluate the impact of a comprehensive intervention focusing on digital transformation and value-added strategies to empower the KWT Wonosari toward entrepreneurial independence. A participatory action research (PAR) approach was employed, involving 50 members of KWT Wonosari. The intervention included intensive workshops on product innovation, digital marketing integration via Instagram and TikTok, branding development, and the implementation of standardized financial reporting and operational procedures (SOP). Data were collected through field observations, pre- and post-training assessments, and qualitative interviews. The findings indicate a significant shift in the members' mindset from subsistence farming to a professional entrepreneurial orientation. The program successfully established a formal organizational structure, generated new value-added processed products, and created a robust digital presence with integrated visual branding. Furthermore, the implementation of simple accounting systems enhanced financial transparency and accountability within the group. This study demonstrates that the synergy between academic expertise and community participation is a critical driver for overcoming the digital divide in rural areas. These results contribute to the achievement of Sustainable Development Goal (SDG) 8 by promoting inclusive economic growth and decent work through community-based digital empowerment.

Kata kunci: Transformasi Digital, Pemberdayaan Masyarakat, Petani Perempuan, Inovasi Produk, Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, Kewirausahaan Pedesaan.

1. Latar Belakang

Transformasi digital dalam sektor pertanian menjadi isu strategis yang semakin penting dalam mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya di era ekonomi berbasis teknologi (Dong, & Xu, 2025). Penelitian ini penting karena digitalisasi tidak hanya membuka akses pasar yang lebih luas, tetapi juga menciptakan peluang nilai tambah bagi produk pertanian lokal (Mhlanga, 2024). Secara rasional, pemasaran digital memungkinkan petani, termasuk kelompok perempuan, untuk memotong rantai distribusi yang panjang dan meningkatkan keuntungan secara langsung (Ogundipe, et al., 2023). Berbagai studi menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dalam pemasaran mampu meningkatkan daya saing produk UMKM dan memperluas jangkauan konsumen (Bissadu, et al., 2025). Namun demikian, tingkat adopsi digital di kalangan kelompok tani perempuan masih relatif rendah akibat keterbatasan literasi digital dan akses teknologi (Nnanna, et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji bagaimana pemberdayaan melalui pemasaran digital terpadu dan inovasi produk dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan nilai tambah dan kesejahteraan kelompok tani perempuan (Sun, et al., 2026).

Permasalahan utama yang dihadapi oleh kelompok petani perempuan di Desa Sumberdem Kecamatan Wonosari adalah keterbatasan dalam akses pasar dan rendahnya nilai tambah produk yang dihasilkan (Thann, et al., 2025). Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar produk pertanian masih dijual dalam bentuk mentah dengan harga yang relatif rendah, sehingga belum mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga (Gómez-Carmona, et al., 2023). Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam

pemasaran masih sangat terbatas, di mana anggota kelompok belum terbiasa menggunakan platform online sebagai media promosi dan penjualan (Bello, 2024). Kondisi ini diperparah oleh minimnya pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan terkait digital marketing dan inovasi produk (Dai, et al., 2023). Di sisi lain, potensi lokal berupa hasil pertanian yang melimpah sebenarnya memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi produk bernilai tambah tinggi (Kumar, 2025). Oleh karena itu, diperlukan strategi pemberdayaan yang mampu menjawab tantangan tersebut secara komprehensif (Limpamont, et al., 2024).

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas pemberdayaan kelompok tani melalui pelatihan kewirausahaan, inovasi produk, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran (Pellegrini, et al., 2023). Hasil studi tersebut menunjukkan bahwa digital marketing mampu meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jaringan pasar, sementara inovasi produk dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing (Yuan, et al., 2024). Namun demikian, sebagian besar penelitian masih memisahkan antara aspek pemasaran digital dan inovasi produk, sehingga belum memberikan pendekatan yang terintegrasi (El-Sagheer, et al., 2025). Selain itu, penelitian yang secara khusus menyoroti peran kelompok perempuan dalam transformasi digital di sektor pertanian masih terbatas (Sanusi, et al., 2025). Kelemahan lain adalah kurangnya pendekatan kontekstual yang mempertimbangkan kondisi lokal dan dinamika kelompok. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang penting untuk diisi, yaitu bagaimana mengintegrasikan pemasaran digital terpadu dengan inovasi produk dalam konteks pemberdayaan kelompok petani perempuan secara berkelanjutan (Zheng, et al., 2025).

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan strategi pemasaran digital terpadu dan inovasi produk dalam satu model pemberdayaan yang berfokus pada kelompok petani perempuan. Pendekatan ini tidak hanya menitikberatkan pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada penguatan kapasitas digital dan kreativitas dalam menciptakan nilai tambah produk. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemberdayaan Kelompok Wanita Tani melalui pemasaran digital terpadu dan inovasi produk dapat meningkatkan nilai tambah dan kesejahteraan anggota. Argumen yang diajukan adalah bahwa kombinasi antara literasi digital, akses platform pemasaran, dan inovasi produk berbasis potensi lokal akan mampu meningkatkan daya saing produk sekaligus memperluas pasar. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan model pemberdayaan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk menjawab tantangan transformasi digital di sektor pertanian yang masih belum merata, khususnya pada kelompok perempuan di pedesaan. Pemberdayaan yang mengintegrasikan pemasaran digital dan inovasi produk menjadi penting untuk meningkatkan kemandirian ekonomi serta memperkuat posisi kelompok tani perempuan dalam rantai nilai pertanian. Selain memberikan kontribusi praktis berupa peningkatan kapasitas dan pendapatan anggota, penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan konsep pemberdayaan berbasis digital. Lebih lanjut, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pemerintah, akademisi, dan praktisi dalam merancang program pemberdayaan yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan pendekatan yang komprehensif, penelitian ini diharapkan mampu mendorong transformasi nyata dalam pengelolaan usaha pertanian berbasis komunitas menuju model yang lebih modern, adaptif, dan berdaya saing tinggi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam praktik pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa sumberdem Kecamatan Wonosari dalam mewujudkan ketahanan pangan berbasis pertanian organik berkelanjutan (Asmorowati, et al., 2024; Lim, 2025). Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena sosial, perilaku, serta dinamika kelompok secara kontekstual (Coleman, & Eys, 2024). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung dalam kegiatan kelompok untuk memperoleh data yang lebih akurat dan komprehensif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggambarkan kondisi yang ada, tetapi juga mengidentifikasi proses dan faktor yang mempengaruhi keberhasilan pemberdayaan KWT.

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Wonosari yang berlokasi di Kabupaten Malang. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan bahwa KWT tersebut telah menjalankan kegiatan pertanian, namun masih dalam tahap pengembangan menuju sistem pertanian organik berkelanjutan.

Waktu penelitian direncanakan selama ± 4 bulan yang meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, analisis, hingga penyusunan laporan akhir.

2.2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Wonosari, termasuk ketua kelompok, pengurus, dan anggota aktif. Sementara itu, objek penelitian adalah praktik pemberdayaan yang dilakukan dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan berbasis pertanian organik berkelanjutan (Iftikhar, et al., 2023). Fokus kajian meliputi kegiatan budidaya organik, pemanfaatan lahan pekarangan, pengelolaan limbah organik, serta strategi peningkatan kapasitas anggota kelompok.

2.3. Teknik Pengumpulan Data

Tabel1. Teknik Pengumpulan Data

No	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Instrumen	Tujuan
1	Observasi	Aktivitas anggota KWT Wonosari	Lembar observasi, catatan lapangan	Mengamati secara langsung praktik pertanian organik dan kegiatan pemberdayaan
2	Wawancara Mendalam	Ketua dan anggota KWT	Pedoman wawancara	Menggali informasi terkait pengalaman, kendala, dan strategi dalam penerapan pertanian organik
3	Dokumentasi	Arsip dan kegiatan KWT	Kamera, dokumen, catatan kegiatan	Mengumpulkan data pendukung berupa foto, laporan, dan bukti kegiatan
4	Focus Group Discussion (FGD)	Anggota KWT Wonosari	Panduan diskusi	Mendapatkan perspektif bersama mengenai keberlanjutan program dan pemberdayaan kelompok

Tabel teknik pengumpulan data di atas menunjukkan bahwa penelitian ini menggunakan empat metode utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan Focus Group Discussion (FGD) untuk memperoleh data yang komprehensif. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas dan praktik pertanian organik yang dijalankan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Wonosari, sehingga peneliti memperoleh gambaran nyata kondisi di lapangan. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali informasi lebih dalam terkait pengalaman, kendala, serta strategi yang diterapkan oleh ketua dan anggota kelompok. Sementara itu, dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung berupa bukti fisik kegiatan, seperti foto dan catatan kelompok. Adapun FGD dilakukan untuk memperoleh pandangan kolektif anggota terkait keberlanjutan program dan efektivitas pemberdayaan. Dengan kombinasi keempat teknik tersebut, diharapkan data yang diperoleh lebih valid, mendalam, dan mampu menggambarkan fenomena secara utuh.

2.4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan: (1) reduksi data, yaitu memilih dan memfokuskan data yang relevan; (2) penyajian data, dalam bentuk narasi deskriptif; (3) penarikan kesimpulan, dengan mengidentifikasi pola, hubungan, dan makna dari data yang diperoleh. Untuk meningkatkan validitas data, digunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

2.5. Indikator Keberhasilan (Luaran PKM)



Gambar 1 : Indikator Keberhasilan Pemberdayaan KWT Kec. Wonosari

1. Luaran Wajib (Standar Administratif PKM)

Setiap program PKM-PM (Pengabdian Masyarakat) atau PKM-PI (Penerapan IPTEK) wajib menghasilkan: (1) Laporan Kemajuan dan Laporan Akhir: Dokumentasi formal seluruh progres dari survei awal hingga evaluasi akhir. (2) Buku Pedoman/Panduan: Buku panduan produksi produk olahan pertanian atau SOP manajemen kelompok untuk menjamin keberlanjutan program pasca-pendampingan. Video Pelaksanaan: Dokumentasi visual berdurasi 3–5 menit yang merangkum seluruh proses intervensi di KWT Wonosari. (3) Artikel Ilmiah: Publikasi hasil kegiatan yang siap disubmit ke jurnal nasional terakreditasi atau internasional bereputasi.

2. Luaran Spesifik (Indikator Teknis Mitra)

Berdasarkan kolom "Usaha Pemecahan Masalah" pada laporan observasi, indikator keberhasilannya adalah:

A. Sektor Produksi & Inovasi

(1) Diversifikasi Produk: Terciptanya minimal 2–3 varian produk olahan baru dari sayuran segar (seperti keripik atau olahan sambal) yang memiliki nilai tambah ekonomi. (2) Standardisasi Produk: Produk memiliki label merek, kemasan yang menarik, serta informasi kedaluwarsa atau komposisi yang jelas.

B. Sektor Pemasaran & Digitalisasi

(1) Digital Presence: Kepemilikan dan aktifnya akun media sosial (Instagram/TikTok) serta profil bisnis di marketplace untuk memperluas jangkauan pasar. (2) Konten Promosi: Tersedianya minimal 5 konten promosi kreatif (foto/video) yang diunggah secara berkala.

C. Sektor Manajemen & Kelembagaan

(1) Legalitas & Struktur: Terbentuknya struktur organisasi formal dengan job description yang jelas bagi 50 anggota KWT. (2) Literasi Keuangan: Adanya sistem pencatatan kas masuk/keluar yang teratur dan pemisahan antara keuangan pribadi serta keuangan kelompok.

D. Sektor Kemandirian (Non-Produktif)

Mindset Kewirausahaan: Peningkatan pemahaman anggota mengenai strategi kemandirian usaha untuk mengurangi ketergantungan pada bantuan pemerintah.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Analisis Kondisi Awal dan Identifikasi Masalah Mitra

- a. Profil Kelompok: Menjelaskan bahwa mitra terdiri dari 50 anggota yang mayoritas ibu rumah tangga dengan fokus pada sayuran segar (Kopi, kambing, tempat wisata, pengolahan Bambu).

Tabel 2. Profil Mitra KWT Wonosari

Variabel Profil	Deskripsi Detail Mitra
Nama Kelompok	Kelompok Wanita Tani (KWT) Wonosari
Lokasi Kegiatan	Desa Wonosari, Kabupaten Malang, Jawa Timur
Komoditas Utama	± 50 Anggota (Mayoritas Ibu Rumah Tangga)
Komposisi Anggota	Sayuran segar (bayam, kangkung, sawi, cabai) dan pengembangan Kopi
Potensi Diversifikasi	Peternakan kambing, pemanfaatan bambu, dan rintisan tempat wisata lokal
Fokus Intervensi	Inovasi produk, digital marketing, branding, dan manajemen keuangan

Kelompok Wanita Tani (KWT) Wonosari merupakan organisasi berbasis masyarakat yang menjadi pilar ekonomi perempuan di Desa Wonosari dengan anggota aktif mencapai lima puluh orang ibu rumah tangga. Pada awalnya, kelompok ini memfokuskan kegiatannya pada budidaya sayuran segar seperti bayam, kangkung, sawi, dan cabai yang dikelola secara manual dalam skala kecil untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal sekitar desa. Namun, seiring dengan visi pengembangan wilayah, mitra kini mulai memperluas cakupan usaha pada sektor perkebunan kopi dan integrasi peternakan kambing yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi. Potensi besar ini didukung oleh ketersediaan sumber daya alam yang melimpah, namun selama ini masih menghadapi kendala serius terkait rendahnya nilai tambah produk. Sebagian besar hasil panen, termasuk kopi, masih dipasarkan dalam bentuk mentah tanpa proses pengolahan lebih lanjut, sehingga pendapatan yang diterima para anggota belum mampu meningkatkan kesejahteraan keluarga secara signifikan di tengah persaingan pasar global yang semakin kompetitif. Paragraf 2: Pengembangan Integrasi Sektor dan Tantangan Manajerial

Selain sektor pertanian dan peternakan, KWT Wonosari memiliki peluang strategis dalam mengelola aset lingkungan berupa kerajinan pengolahan bambu serta pengembangan rintisan tempat wisata berbasis potensi lokal. Integrasi antar sektor ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem agribisnis yang mandiri dan berkelanjutan bagi masyarakat desa. Meski demikian, hasil observasi menunjukkan bahwa manajemen organisasi masih bersifat konvensional dengan sistem pembagian tugas yang belum terstruktur secara formal antar anggota. Kendala utama lainnya terletak pada aspek pemasaran yang masih mengandalkan metode lisan serta pengelolaan keuangan yang belum memiliki standarisasi laporan kas akuntabel. Oleh karena itu, melalui program pendampingan dari Universitas Negeri Malang, dilakukan intervensi berupa pelatihan digital marketing dan branding untuk memperkuat identitas visual produk olahan. Penguatan tata kelola usaha ini bertujuan agar KWT mampu bertransformasi menjadi kelompok usaha mandiri yang tidak lagi bergantung sepenuhnya pada bantuan pemerintah, sekaligus mampu beradaptasi dengan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar secara nasional maupun internasional.

b. Kesenjangan Manajerial

Hasil observasi lapangan menunjukkan adanya hambatan signifikan dalam tata kelola internal yang menghambat akselerasi pertumbuhan kelompok. Salah satu temuan utama adalah ketidakjelasan struktur fungsional, di mana pembagian tugas (job description) antar anggota belum diformalkan, sehingga sering terjadi tumpang tindih pekerjaan yang mengakibatkan operasional menjadi tidak efektif. Hal ini diperparah dengan ketiadaan Standar Operasional Prosedur (SOP) tertulis, sehingga proses produksi dan koordinasi hanya mengandalkan kebiasaan atau instruksi lisan yang tidak konsisten.

Di sisi lain, terdapat kerentanan pada sistem akuntabilitas keuangan. Pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual dan sangat sederhana, bahkan belum ada pemisahan yang jelas antara kas pribadi pengurus dengan modal

usaha kelompok. Kesenjangan ini menciptakan risiko transparansi dan menyulitkan pengurus dalam melakukan evaluasi kinerja laba-rugi secara akurat. Tanpa adanya perbaikan pada sistem manajemen dasar ini, KWT Wonosari akan terus menghadapi tantangan dalam mencapai kemandirian usaha dan sulit untuk meningkatkan skala ekonomi produk lokal mereka di pasar yang lebih luas. Keterbatasan Pemasaran: Menjelaskan metode word of mouth dan grup WhatsApp yang menyebabkan jangkauan pasar terbatas pada lingkungan desa saja.

Tabel 3. Pemetaan Kesenjangan Manajerial Mitra

Dimensi Manajemen	Kondisi Saat Ini (Kesenjangan)	Dampak Operasional	Kondisi Saat Ini (Kesenjangan)
Struktur Organisasi	Pembagian tugas belum terstruktur secara formal dan tertulis.	Terjadi tumpang tindih pekerjaan (overlapping) dan inefisiensi koordinasi.	Penyusunan struktur organisasi sederhana dan penetapan job description yang jelas.
Standar Operasional (SOP)	Belum memiliki SOP baku dalam proses produksi maupun administrasi.	Kualitas output tidak konsisten dan sulitnya pemantauan kinerja anggota.	Pembuatan panduan produksi sederhana dan SOP manajerial kelompok.
Tata Kelola Keuangan	Pencatatan keuangan masih menyatu dengan keuangan pribadi dan belum tertib.	Kesulitan dalam evaluasi kinerja keuangan dan potensi kerugian sulit dideteksi.	Pelatihan pembukuan sederhana dan pembuatan buku kas masuk/keluar yang terpisah.
Kemandirian Usaha	Sangat bergantung pada bantuan pemerintah daerah.	Rentan terhadap keberlanjutan operasional jika bantuan terhenti.	Penguatan entrepreneurial mindset dan strategi bisnis jangka panjang.

3.2. Implementasi Program Pemberdayaan

Sub-bab ini merincikan tahapan solusi yang dilaksanakan sesuai dengan timeline kegiatan.



Gambar 2 : tahapan solusi yang dilaksanakan sesuai dengan timeline kegiatan

Pertama, inovasi produk menekankan pentingnya mengembangkan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada agar lebih bernilai dan menarik bagi konsumen. Kedua, pemasaran digital berfokus pada pemanfaatan media sosial dan branding untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Selanjutnya, tata kelola organisasi bertujuan membangun sistem kerja yang lebih terstruktur, efisien, dan profesional agar kegiatan usaha berjalan optimal. Terakhir, literasi keuangan menekankan pentingnya pengelolaan keuangan yang transparan dan efektif untuk menjaga keberlanjutan usaha. Keempat aspek ini saling terhubung seperti rangkaian kereta, yang berarti keberhasilan bisnis membutuhkan penerapan semua strategi secara terpadu.

1. Inovasi Produk dan Diversifikasi Nilai Tambah

- a. Pelatihan identifikasi potensi produk untuk mengubah bahan mentah menjadi produk olahan bernilai ekonomi tinggi.

Pelatihan identifikasi potensi produk dilakukan untuk membantu anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam mengenali dan mengoptimalkan sumber daya lokal yang tersedia agar dapat diolah menjadi produk bernilai ekonomi tinggi. Kegiatan ini diawali dengan pemetaan potensi bahan mentah yang dihasilkan, seperti hasil pertanian lokal yang selama ini hanya dijual dalam bentuk mentah dengan harga rendah. Selanjutnya, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep nilai tambah, diversifikasi produk, serta peluang pasar yang dapat dimanfaatkan. Melalui pendekatan partisipatif, anggota diajak berdiskusi dan praktik langsung dalam mengembangkan ide produk olahan, seperti makanan olahan, produk herbal, atau produk kemasan yang memiliki daya jual lebih tinggi. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mulai mampu mengidentifikasi peluang inovasi produk dan memiliki keterampilan awal dalam mengolah bahan mentah menjadi produk yang lebih kompetitif. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi langkah strategis dalam meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi kelompok.

- b. Pendampingan pembuatan produk unggulan baru untuk meningkatkan daya saing.

Pendampingan pembuatan produk unggulan baru dilakukan sebagai upaya lanjutan untuk meningkatkan daya saing Kelompok Wanita Tani (KWT) melalui pengembangan produk yang memiliki keunikan dan nilai jual tinggi. Kegiatan ini difokuskan pada proses produksi secara langsung, mulai dari pemilihan bahan baku berkualitas, teknik pengolahan yang tepat, hingga pengemasan produk yang menarik dan sesuai standar pasar. Dalam pendampingan ini, anggota KWT dibimbing untuk menghasilkan produk unggulan yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki identitas khas lokal sebagai nilai diferensiasi. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya konsistensi kualitas dan inovasi berkelanjutan agar produk mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa anggota KWT mulai mampu menghasilkan produk olahan baru dengan tampilan yang lebih menarik dan kualitas yang lebih baik dibandingkan sebelumnya. Dengan demikian, pendampingan ini berperan penting dalam mendorong peningkatan daya saing serta membuka peluang pasar yang lebih luas bagi produk KWT.

2. Transformasi Pemasaran Digital dan Visual Identity

- a. Proses pembuatan identitas merek meliputi logo, label informatif, dan kemasan (branding).

Proses pembuatan identitas merek (branding) dilakukan untuk memperkuat citra produk Kelompok Wanita Tani (KWT) agar lebih dikenal dan memiliki daya tarik di pasar. Kegiatan ini meliputi perancangan logo sebagai simbol utama yang mencerminkan karakter dan keunikan produk lokal, pembuatan label informatif yang memuat nama produk, komposisi, manfaat, serta informasi produksi, serta pengembangan kemasan yang menarik dan fungsional. Dalam proses ini, anggota KWT diberikan pemahaman mengenai pentingnya branding sebagai strategi pemasaran yang tidak hanya meningkatkan nilai estetika, tetapi juga kepercayaan konsumen. Pendampingan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan anggota dalam menentukan konsep desain yang sesuai dengan identitas lokal dan target pasar. Hasilnya, produk yang dihasilkan memiliki tampilan yang lebih profesional, mudah dikenali, dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Dengan demikian, branding menjadi elemen penting dalam mendukung pemasaran dan daya saing produk KWT.

- b. Edukasi penggunaan media sosial (Instagram/TikTok) sebagai media promosi serta strategi pembuatan konten kreatif.

Edukasi penggunaan media sosial diarahkan untuk mengatasi keterbatasan jangkauan pasar yang selama ini hanya mengandalkan metode konvensional dan grup WhatsApp. Mahasiswa memberikan pendampingan intensif dalam pembuatan akun bisnis pada platform Instagram dan TikTok, yang dipilih karena efektivitasnya dalam menjangkau konsumen milenial serta kemampuan visualnya dalam menampilkan keunggulan produk lokal. Fokus utama edukasi ini adalah mengubah persepsi anggota bahwa media sosial bukan sekadar alat komunikasi, melainkan etalase digital strategis yang memerlukan identitas visual (branding) yang kuat, termasuk penggunaan logo yang konsisten dan label produk yang informatif.

Strategi pembuatan konten kreatif dirancang agar anggota KWT mampu memproduksi materi promosi secara mandiri dengan memanfaatkan alat sederhana seperti ponsel pintar. Pelatihan mencakup teknik pengambilan foto produk yang menarik, penyusunan caption yang menjual, hingga pembuatan video pendek yang menampilkan proses produksi yang higienis dan alami di Desa Wonosari. Dengan ketersediaan minimal lima konten promosi awal sebagai output program, diharapkan KWT Wonosari memiliki keberadaan digital (digital presence) yang solid untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar hingga ke luar daerah.

Tabel 4. Strategi dan Indikator Konten Media Sosial

Komponen Edukasi	Deskripsi Aktivitas	Target Luaran (Output)
Pemilihan Platform	Aktivasi akun bisnis di Instagram dan TikTok untuk optimalisasi fitur promosi.	Akun media sosial resmi KWT aktif dan terverifikasi.
Visual Branding	Pembuatan desain logo, label produk, dan pemilihan tema warna (feed) yang konsisten.	Produk memiliki identitas visual yang profesional dan menarik.
Produksi Konten	Pelatihan teknik videografi pendek (Reels/TikTok) tentang proses pengolahan produk.	Tersedianya minimal 5 konten video/foto promosi siap unggah.
Strategi Copywriting	Pendampingan pembuatan narasi promosi yang informatif dan menarik bagi audiens digital.	Penggunaan caption dan hashtag yang relevan untuk meningkatkan jangkauan.
Interaksi Digital	Edukasi cara merespon pertanyaan calon pembeli melalui kolom komentar dan pesan langsung.	Peningkatan interaksi (engagement) dengan calon konsumen di platform online.

3. Penguatan Tata Kelola Organisasi dan Literasi Keuangan

a. Penyusunan struktur organisasi formal dan pembagian tugas kerja untuk efektivitas kelompok.



Gambar 3 : Penguatan Tata Kelola Organisasi dan Literasi Keuangan

Penyusunan struktur organisasi formal dan pembagian tugas kerja dilakukan untuk meningkatkan efektivitas dan profesionalitas Kelompok Wanita Tani (KWT) dalam menjalankan kegiatan usaha. Kegiatan ini diawali dengan pembentukan struktur organisasi yang jelas, meliputi ketua, sekretaris, bendahara, serta divisi-divisi kerja seperti produksi, pemasaran, dan pengelolaan bahan baku. Selanjutnya, dilakukan pembagian tugas dan tanggung jawab secara spesifik kepada setiap anggota sesuai dengan kemampuan dan perannya masing-masing. Melalui proses ini, anggota KWT diberikan pemahaman mengenai pentingnya manajemen organisasi yang baik untuk mendukung kelancaran operasional dan keberlanjutan usaha. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa dengan adanya struktur yang lebih terorganisir, koordinasi antar anggota menjadi lebih efektif, proses kerja lebih sistematis, serta pengambilan keputusan dapat dilakukan secara lebih cepat dan tepat. Dengan demikian, penguatan tata kelola organisasi ini menjadi fondasi penting dalam mendukung pengembangan usaha KWT secara berkelanjutan.

b. Pelatihan pembukuan sederhana melalui buku kas masuk/keluar untuk transparansi usaha.

Pelatihan pembukuan sederhana melalui penggunaan buku kas masuk dan keluar dilakukan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan keuangan Kelompok Wanita Tani (KWT). Kegiatan ini diawali dengan pemberian pemahaman dasar mengenai pentingnya pencatatan keuangan dalam usaha, termasuk pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan kelompok. Selanjutnya, peserta dilatih secara praktis dalam mencatat setiap transaksi pemasukan dan pengeluaran secara sistematis menggunakan format buku kas sederhana yang mudah dipahami. Pendampingan juga dilakukan untuk memastikan konsistensi pencatatan serta kemampuan anggota dalam membaca dan mengevaluasi kondisi keuangan usaha. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa anggota KWT mulai mampu melakukan pencatatan keuangan secara tertib dan lebih memahami alur keuangan usaha mereka. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan administrasi keuangan, tetapi juga memperkuat kepercayaan antar anggota serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam pengelolaan usaha.

3.3 Analisis Dampak dan Keberlanjutan Program (Diskusi)

Bagian ini menganalisis perubahan yang terjadi dan mengaitkannya dengan teori atau standar global (SDGs).



Gambar 4 : Transformasi UMKM Lokal

Gambar tersebut menggambarkan proses transformasi UMKM lokal dari kondisi awal hingga menjadi usaha yang modern dan berkelanjutan. Dimulai dari UMKM tradisional yang masih bergantung pada sektor pertanian, kemudian berlanjut pada peningkatan kapasitas SDM melalui perubahan pola pikir menjadi lebih berorientasi wirausaha. Tahap berikutnya adalah efektivitas digitalisasi, di mana pelaku usaha mulai memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing. Selanjutnya, UMKM memberikan kontribusi terhadap pencapaian SDGs melalui pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal. Pada akhirnya, transformasi ini menghasilkan UMKM modern yang mampu bersaing, berkembang, dan berkelanjutan. Proses ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas, adopsi teknologi, dan orientasi keberlanjutan merupakan kunci utama dalam pengembangan UMKM.

a. Peningkatan Kapasitas SDM

Peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi fondasi utama dalam memastikan keberlanjutan program di KWT Wonosari. Fokus utama intervensi ini adalah melakukan pergeseran pola pikir (mindset shift) para anggota, yang mayoritas adalah ibu rumah tangga, dari paradigma bertani tradisional menjadi paradigma agropreneurial yang mandiri. Sebelum adanya pendampingan, anggota cenderung melihat kegiatan tani hanya sebagai pemenuh kebutuhan domestik atau aktivitas pengisi waktu luang. Melalui sosialisasi kewirausahaan dan edukasi kemandirian usaha, anggota mulai menyadari pentingnya orientasi pasar, efisiensi produksi, dan penciptaan nilai tambah pada setiap komoditas yang mereka hasilkan.

Perubahan pola pikir ini diikuti dengan peningkatan keterampilan manajerial yang nyata, seperti kemampuan melakukan pembukuan sederhana dan pengelolaan organisasi yang lebih profesional. Anggota kini tidak lagi hanya berfokus pada kuantitas panen, tetapi juga pada bagaimana mengemas narasi produk melalui branding dan pemasaran digital untuk meningkatkan margin keuntungan. Keberhasilan transformasi ini menjadi kunci agar

KWT Wonosari tidak lagi bergantung sepenuhnya pada bantuan pemerintah, melainkan tumbuh menjadi entitas ekonomi desa yang berdaya saing dan berkelanjutan.

Tabel 5. Indikator Perubahan Pola Pikir dan Kapasitas SDM

Dimensi Perubahan	Sebelum Intervensi (Mindset Bertani)	Sesudah Intervensi (Mindset Berwirausaha)
Visi Usaha	Sekadar memenuhi kebutuhan harian dan bersifat subsisten.	Berorientasi pada pengembangan usaha jangka panjang dan kemandirian.
Orientasi Produk	Menjual bahan mentah tanpa pengolahan (Sayuran/Kopi).	Fokus pada inovasi produk olahan dengan nilai tambah (Value-added).
Pengelolaan Risiko	Bergantung pada bantuan luar (pemerintah) untuk modal dan alat.	Memiliki rencana bisnis sederhana untuk mitigasi risiko dan keberlanjutan.
Literasi Teknologi	Menganggap media sosial hanya untuk komunikasi pribadi.	Memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran dan perluasan jejaring bisnis.
Kerja Sama Tim	Pembagian tugas tidak jelas dan bersifat kekeluargaan tanpa struktur.	Memahami pentingnya struktur organisasi dan pembagian tugas fungsional.

b. Efektivitas Digitalisasi

Efektivitas digitalisasi menjadi aspek kunci dalam pengembangan UMKM lokal, khususnya dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin dinamis dan kompetitif. Adaptasi teknologi digital tidak lagi bersifat opsional, melainkan menjadi kebutuhan strategis untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat branding produk. Melalui pemanfaatan platform digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi komunikasi, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah geografis. Selain itu, digitalisasi juga memungkinkan proses promosi dan transaksi dilakukan secara lebih cepat, praktis, dan terukur. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa setelah mendapatkan pelatihan dan pendampingan, anggota KWT mulai mampu memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran produk, meskipun masih dalam tahap awal. Dengan demikian, efektivitas digitalisasi tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga membuka peluang pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan.

c. Kontribusi terhadap SDGs: Menjelaskan korelasi program dengan poin 8 SDGs (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) melalui pemberdayaan ekonomi berbasis potensi lokal.

Kontribusi terhadap SDGs, khususnya poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), tercermin dari upaya pemberdayaan ekonomi yang dilakukan melalui pengembangan potensi lokal pada Kelompok Wanita Tani (KWT). Program ini mendorong terciptanya peluang kerja produktif bagi anggota kelompok melalui kegiatan pengolahan produk, pemasaran digital, serta penguatan kapasitas kewirausahaan. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal yang tersedia, anggota KWT tidak hanya meningkatkan pendapatan rumah tangga, tetapi juga menciptakan usaha yang lebih mandiri dan berkelanjutan. Selain itu, penerapan praktik usaha yang lebih terstruktur, transparan, dan berbasis inovasi turut mendukung terciptanya lingkungan kerja yang layak dan inklusif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan aktivitas ekonomi kelompok serta munculnya inisiatif usaha baru yang berbasis nilai tambah produk lokal. Dengan demikian, program ini berkontribusi secara nyata dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat komunitas sekaligus mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan.

- d. Faktor Pendukung Keberhasilan: Sinergi antara mahasiswa, dosen pembimbing, dan partisipasi aktif masyarakat sebagai kunci keberhasilan program.



Gambar 5 : Sinergi Bersama

Keberhasilan program transformasi digital dan inovasi produk di KWT Wonosari tidak terlepas dari adanya sinergi yang kuat antara tiga pilar utama: mahasiswa, dosen pembimbing, dan masyarakat mitra. Mahasiswa berperan sebagai katalisator yang membawa pembaruan IPTEK, sementara dosen pembimbing memberikan arahan strategis dan validasi akademis guna memastikan program berjalan sesuai dengan kaidah manajerial yang benar. Keterlibatan aktif Prof. Dr. Agung Winarno, M.M. dan Prof. Dr. Agus Hermawan, M.Si. sebagai pakar manajemen memberikan bobot profesionalisme pada setiap intervensi yang dilakukan, mulai dari penyusunan SOP hingga strategi branding.

Selain dukungan akademis, partisipasi aktif anggota KWT Wonosari menjadi faktor kunci dalam adopsi inovasi. Antusiasme para ibu rumah tangga dalam mengikuti setiap sesi pelatihan meski harus beradaptasi dengan teknologi digital yang baru bagi mereka menunjukkan adanya keterbukaan terhadap perubahan (*openness to change*). Sinergi ini menciptakan iklim pemberdayaan yang partisipatif, di mana solusi yang ditawarkan tidak bersifat top-down, melainkan berdasarkan hasil observasi masalah nyata yang dirasakan oleh mitra di lapangan.

Tabel 6. Matriks Kontribusi Faktor Keberhasilan

Pihak Terkait	Peran Strategis	Kontribusi Nyata dalam Program
Mahasiswa (Yudha Pradana & Tim)	Pelaksana dan Inovator.	Melakukan observasi, merancang konten digital, dan mendampingi pelatihan teknis.
Dosen Pembimbing	Konsultan Ahli dan Supervisor.	Memberikan bimbingan manajerial, validasi metode, dan penguatan aspek teoretis.
Anggota KWT (Masyarakat)	Subjek Pemberdayaan.	Berpartisipasi dalam diskusi, praktik inovasi produk, dan pengelolaan akun digital.
Pemerintah Desa	Fasilitator Lingkungan.	Memberikan akses perizinan, data awal, dan dukungan moral bagi kelompok tani.

3.4 Kendala dan Solusi Selama Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan program di KWT Wonosari, tim menemukan beberapa hambatan teknis dan non-teknis yang memerlukan penyesuaian strategi di lapangan. Kendala utama adalah kesenjangan digital (*digital divide*), di mana mayoritas anggota KWT yang merupakan ibu rumah tangga belum terbiasa menggunakan fitur bisnis pada

platform media sosial. Selain itu, keterbatasan waktu anggota yang harus membagi peran antara urusan domestik rumah tangga dengan kegiatan kelompok tani menjadi tantangan dalam menjaga konsistensi pelatihan.

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim menerapkan pendekatan pendampingan peer-to-peer, yaitu dengan memberikan pelatihan intensif kepada beberapa anggota muda yang lebih literat teknologi agar dapat membantu anggota lainnya secara berkelanjutan. Selain itu, jadwal kegiatan disusun secara fleksibel dengan metode "belajar sambil praktik" (learning by doing) yang langsung berorientasi pada hasil nyata, seperti langsung membuat konten menggunakan produk yang tersedia di lokasi. Solusi praktis ini terbukti efektif dalam meningkatkan rasa percaya diri anggota untuk mulai bertransformasi ke ranah digital dan manajerial yang lebih profesional.

Tabel 7. Identifikasi Kendala dan Solusi Praktis

No	Kendala yang Dihadapi	Akar Masalah	Solusi Praktis yang Diambil
1	Adaptasi Teknologi Rendah	Kurangnya pengalaman anggota dalam menggunakan media sosial untuk bisnis	Pendampingan door-to-door dan pembuatan panduan penggunaan aplikasi yang sederhana
2	Manajemen Waktu Anggota	Konflik jadwal antara peran rumah tangga dan kegiatan pemberdayaan	Penyesuaian jadwal pertemuan berdasarkan kesepakatan kolektif dan durasi sesi yang singkat namun padat
3	Kurangnya Fasilitas Produksi	Belum tersedianya alat pengemasan (sealing) yang memadai untuk produk olahan	Memanfaatkan peralatan lokal yang ada dan memberikan rekomendasi alat pengemasan sederhana yang terjangkau
4	Keraguan terhadap Inovasi	Kekhawatiran anggota akan risiko kegagalan pemasaran produk baru	Memberikan bukti keberhasilan (success story) melalui rilis berita dan simulasi pasar digital

Identifikasi kendala ini memberikan gambaran bahwa keberhasilan sebuah program pengabdian masyarakat sangat bergantung pada kemampuan tim untuk beradaptasi dengan kondisi sosiokultural mitra di lapangan.

Pembahasan

1. Analisis Pelaksanaan dan Partisipasi Mitra

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat di KWT Wonosari dilakukan melalui pendekatan partisipatif yang mengintegrasikan edukasi manajerial dengan praktik lapangan secara simultan. Kegiatan diawali dengan sosialisasi kewirausahaan untuk membangun kesadaran kolektif mengenai pentingnya nilai tambah produk pertanian, yang kemudian dilanjutkan dengan serangkaian pelatihan teknis meliputi inovasi pengolahan hasil panen dan digital marketing. Partisipasi mitra menunjukkan progresivitas yang signifikan, di mana para anggota tidak hanya bertindak sebagai audiens pasif, tetapi terlibat aktif dalam diskusi identifikasi masalah organisasi dan simulasi pembuatan konten kreatif. Kehadiran lima puluh anggota ibu rumah tangga dalam setiap sesi mencerminkan tingginya kohesi sosial dan antusiasme terhadap perubahan. Secara teoretis, partisipasi aktif merupakan determinan utama dalam keberhasilan pemberdayaan masyarakat, karena keterlibatan emosional dan kognitif mitra menjamin adanya rasa kepemilikan terhadap program yang dijalankan, sehingga intervensi yang diberikan dapat diterima secara kultural tanpa resistensi yang berarti.

2. Capaian Output dan Transformasi Kapasitas Mitra

Capaian program ini merepresentasikan transformasi kapasitas mitra yang mencakup dimensi pengetahuan, sikap, dan keterampilan teknis. Dari sisi pengetahuan, anggota kini memahami urgensi pemisahan keuangan pribadi dan usaha serta pentingnya standar operasional prosedur dalam menjamin konsistensi kualitas produk. Secara sikap, terjadi pergeseran paradigma dari bertani subsisten menjadi orientasi agropreneurial yang mandiri dan kompetitif. Keterampilan praktis juga meningkat tajam, dibuktikan dengan kemampuan mitra memproduksi minimal tiga varian produk olahan baru serta mengelola akun bisnis di platform Instagram dan TikTok secara mandiri. Capaian ini selaras dengan konsep pengembangan kapasitas SDM yang menekankan bahwa peningkatan kompetensi teknis

yang dibarengi dengan perubahan mindset akan menciptakan pondasi usaha yang lebih kokoh. Transformasi ini menjadi indikator keberhasilan intervensi dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal di tengah dinamika pasar digital yang menuntut kecepatan adaptasi dan identitas visual produk yang profesional.

3. Faktor Pendukung dan Dinamika Sinergi Multi-Pihak

Faktor utama yang mendukung keberhasilan program ini adalah sinergi kolaboratif antara akademisi Universitas Negeri Malang dan masyarakat desa yang berjalan secara harmonis. Dukungan strategis dari dosen pembimbing, Prof. Dr. Agung Winarno dan Prof. Dr. Agus Hermawan, memberikan validasi metodologis yang kuat bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan teori manajemen ke dalam solusi praktis di lapangan. Selain itu, ketersediaan sumber daya alam lokal yang melimpah dan dukungan moral dari perangkat desa menjadi katalisator yang mempercepat proses adopsi inovasi oleh mitra KWT. Sinergi ini membuktikan bahwa efektivitas pengabdian masyarakat sangat bergantung pada kekuatan ekosistem pendukung yang mampu menyatukan kepakaran ilmiah dengan kearifan lokal. Secara argumentatif, integrasi antara bimbingan profesional dan partisipasi basis massa menciptakan ruang belajar yang inklusif, sehingga hambatan-hambatan psikologis dalam menerima teknologi baru dapat diminimalisir melalui pendekatan yang bersifat persuasif dan edukatif bagi masyarakat sasaran.

4. Analisis Kendala dan Strategi Adaptasi Lapangan

Meskipun program berjalan efektif, terdapat kendala sosiokultural berupa keterbatasan literasi digital pada sebagian anggota senior dan manajemen waktu yang berbenturan dengan peran domestik ibu rumah tangga. Fenomena "digital divide" atau kesenjangan digital ini merupakan tantangan umum dalam pemberdayaan masyarakat pedesaan. Sebagai solusi, tim menerapkan strategi pendampingan "peer-to-peer" dengan memberdayakan anggota muda sebagai motor penggerak teknologi bagi anggota lainnya. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menjaga keberlanjutan proses belajar tanpa menciptakan tekanan psikologis bagi anggota yang kurang familiar dengan perangkat digital. Selain itu, fleksibilitas jadwal pertemuan menjadi strategi adaptasi yang krusial untuk memastikan keterwakilan anggota tetap terjaga. Pembahasan ini menunjukkan bahwa intervensi teknologi di wilayah pedesaan tidak dapat dilakukan secara seragam, melainkan harus mempertimbangkan struktur demografis dan beban sosial mitra agar solusi yang ditawarkan tetap relevan dan tidak menjadi beban tambahan bagi kehidupan keseharian mereka.

5. Implikasi Program dan Kontribusi terhadap Keberlanjutan

Implikasi dari kegiatan ini melampaui sekadar peningkatan teknis, melainkan menyentuh aspek ketahanan ekonomi jangka panjang yang selaras dengan poin 8 Sustainable Development Goals (SDGs) mengenai pertumbuhan ekonomi dan pekerjaan layak. Dengan terbentuknya struktur organisasi yang formal dan sistem pemasaran digital yang terintegrasi, KWT Wonosari kini memiliki posisi tawar yang lebih kuat dalam rantai pasok agribisnis regional. Kemandirian usaha yang terbangun diharapkan dapat mengurangi ketergantungan kelompok terhadap bantuan pemerintah yang bersifat fluktuatif. Ke depan, keberlanjutan program ini akan sangat bergantung pada konsistensi mitra dalam menerapkan SOP manajerial dan pemanfaatan aset digital secara berkelanjutan. Secara ilmiah, implikasi ini menegaskan bahwa pemberdayaan berbasis potensi lokal, jika dikelola dengan sentuhan manajemen profesional dan teknologi informasi, mampu menjadi mesin pertumbuhan ekonomi desa yang inklusif. Transformasi KWT Wonosari menjadi kelompok usaha yang berdaya saing merupakan bukti nyata kontribusi perguruan tinggi dalam mengabdikan ilmu kepada masyarakat melalui hilirisasi ilmu pengetahuan.

4. Kesimpulan

Program pendampingan pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Wonosari berhasil mentransformasi tata kelola kelompok dari model tradisional menuju manajemen agribisnis yang berbasis digital dan inovasi nilai tambah. Integrasi strategi pemasaran digital melalui platform Instagram dan TikTok, serta standarisasi identitas visual (branding), terbukti secara signifikan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Secara manajerial, penguatan struktur organisasi dan implementasi sistem akuntansi sederhana telah meningkatkan akuntabilitas internal serta efektivitas operasional kelompok. Lebih jauh, program ini memicu pergeseran paradigma (mindset shift) anggota dari sekadar bertani untuk kebutuhan subsisten menjadi perilaku kewirausahaan yang mandiri, yang secara langsung berkontribusi pada pencapaian poin ke-8 Sustainable Development Goals (SDGs) terkait pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan pekerjaan layak di tingkat desa. Implikasi praktis dari pengabdian ini menegaskan bahwa sinergi antara akademisi dan masyarakat melalui pendekatan partisipatif

merupakan kunci dalam mengatasi kesenjangan digital di wilayah perdesaan. Meskipun demikian, program ini memiliki keterbatasan pada durasi pendampingan yang relatif singkat, sehingga konsistensi anggota dalam menerapkan sistem manajemen digital jangka panjang masih memerlukan monitoring berkala. Oleh karena itu, disarankan bagi program selanjutnya untuk fokus pada penguatan legalitas usaha (P-IRT/Halal) dan pembentukan ekosistem kemitraan dengan jejaring ritel modern atau e-commerce yang lebih lanjut. Penelitian masa depan juga dapat mengevaluasi dampak ekonomi kuantitatif dari transformasi digital ini terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga anggota KWT secara jangka panjang.

Referensi

1. Asmorowati, S., Dwipoyono, M. K., Sukmawati, N., Dwintania, F., Harith, N. H. H. M., Supeno, E., & Supramudyo, G. T. (2024). Organizational Capacity and Women's Empowerment: A Case Study of Women Farmers' Groups in Sustainable Food Garden Programs in Indonesia. *Journal of international women's studies*, 26(4).
2. Lim, W. M. (2025). What is qualitative research? An overview and guidelines. *Australasian marketing journal*, 33(2), 199-229. <https://doi.org/10.1177/14413582241264619>
3. Iftikhar, R., Chiu, Y. T., Khan, M. S., & Caudwell, C. (2023). Human-agent team dynamics: A review and future research opportunities. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 10139-10154. <https://doi.org/10.1109/TEM.2023.3331369>
4. Dong, J., & Xu, J. (2025). Driving agricultural strength through digital transformation. *Scientific Reports*. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-29878-3>
5. Mhlanga, D. (2024). Digital transformation of the agricultural industry in Africa. In *Fostering long-term sustainable development in Africa: Overcoming poverty, inequality, and unemployment* (pp. 441-464). Cham: Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-61321-0_19
6. Ogundipe, F., Bakare, O. I., Sampson, E., & Folorunso, A. (2023). harnessing digital transformation for Africa's growth: Opportunities and challenges in the Technological Era. *African Development Review*, 28(4), 234-251. <https://doi.org/10.54660/ADFMR.2023.4.1.299-308>
7. Bissadu, K. D., Sonko, S., & Hossain, G. (2025). Society 5.0 enabled agriculture: Drivers, enabling technologies, architectures, opportunities, and challenges. *Information Processing in Agriculture*, 12(1), 112-124. <https://doi.org/10.1016/j.inpa.2024.04.003>
8. Nnanna, U. A., Mohammed, A. U., Abubakar, T. T., Yunus, J., Eleke, U. P., & Sennuga, S. O. (2025). The role of technology in transforming rural social systems: An insightful review. *Journal of Nutrition and Food Processing*, 8(1), 1-8. <https://doi.org/10.31579/2637-8914/281>
9. Sun, Y., Li, Q., & Liu, H. (2026). Factors influencing agricultural digital transformation: A systematic review of environmental, technological, and individual dimensions. *Computers and Electronics in Agriculture*, 244, 111430. <https://doi.org/10.1016/j.compag.2026.111430>
10. Thann, O. H., Yuhuan, Z., Uddin, M., & Zuo, S. (2025). Technological innovation and agricultural performance in the ASEAN region: The role of digitalization. *Food Policy*, 135, 102939. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2025.102939>
11. Gómez-Carmona, O., Buján-Carballal, D., Casado-Mansilla, D., López-de-Ipiña, D., Cano-Benito, J., Cimmino, A., ... & Bujalkova, N. (2023). Mind the gap: The AURORAL ecosystem for the digital transformation of smart communities and rural areas. *Technology in Society*, 74, 102304. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102304>
12. Bello, S. M. (2024). Digital transformation in agribusiness and agripreneurship. In *Agripreneurship and the dynamic agribusiness value chain* (pp. 103-116). Singapore: Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-97-7429-6_6
13. Dai, X., Chen, Y., Zhang, C., He, Y., & Li, J. (2023). Technological revolution in the field: Green development of Chinese agriculture driven by digital information technology (DIT). *Agriculture*, 13(1), 199. <https://doi.org/10.3390/agriculture13010199>
14. Kumar, S. (2025). Innovations in Agricultural Inputs and Services Markets in India: a pathway to sustainable agricultural growth. *Indian Journal of Agricultural Economics*, 80(1), 91-112. <https://doi.org/10.63040/25827510.2025.01.004>
15. Coleman, T., & Eys, M. (2024). The role of parents toward the group dynamics of youth sport teams. *Psychology of Sport and Exercise*, 74, 102676. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2024.102676>
16. Limpamont, A., Kittipanya-ngam, P., Chindasombatcharoen, N., & Cavite, H. J. M. (2024). Towards agri-food industry sustainability: Addressing agricultural technology adoption challenges through innovation. *Business Strategy and the Environment*, 33(7), 7352-7367. <https://doi.org/10.1002/bse.3871>
17. Pellegrini, G., de Mattos, C. S., Otter, V., & Hagelaar, G. (2023). Exploring how EU agri-food SMEs approach technology-driven business model innovation. *International Food and Agribusiness Management Review*, 26(3), 577-596. <https://doi.org/10.22434/IFAMR2022.0122>
18. Yuan, Y., Guo, X., & Shen, Y. (2024). Digitalization drives the green transformation of agriculture-related enterprises: a case study of a-share agriculture-related listed companies. *Agriculture*, 14(8), 1308. <https://doi.org/10.3390/agriculture14081308>
19. El-Sagheer, A. M., Ahmed, E. A., & Sayed, H. A. (2025). Social Impact of Machine Learning on Agricultural Communities. *Machine Learning for Plant Biology*, 291-316. <https://doi.org/10.1002/9781394329649.ch17>
20. Sanusi, M. S., Mayokun, O. M., Sunmonu, M. O., Yerima, S., Mobolaji, D., & Olaoye, J. O. (2025). Transformative trends: commercial platforms revolutionizing rice farming in Nigeria's agricultural value chain. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 23(1), 2473757. <https://doi.org/10.1080/14735903.2025.2473757>
21. Zheng, Y., Liao, F., & Tian, M. (2025). Examining the factors influencing the digital transformation of new agricultural operating entities: insights from Zhejiang, China. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1-14. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04949-y>