



Original article

Peningkatan Kualitas Produk dan Kapasitas Pemasaran Kelompok Wanita Tani Migunani Dusun Druwo Yogyakarta

Siti Khomsah^a, Atika Ratna Dewi^b, Aina Latifa Riyana Putri^c, Irwan Susanto^d, Rizal Wahyu Pratama^e, Mikhael Setia Budi^f, Khulika Malkan^g

^{a,b,c,e,f,g} Program Studi Sains Data, Universitas Telkom, Kampus Purwokerto, Jl. DI Panjaitan No.128, Purwokerto 53147, Jawa Tengah, Indonesia

^d Program Studi Bisnis Digital, Universitas Telkom, Kampus Purwokerto, Jl. DI Panjaitan No.128, Purwokerto 53147, Jawa Tengah, Indonesia

INFO ARTKEL

Article history:

Received 10 November 2025

Received in revised form 9 Januari 2026

Accepted 14 Januari 2026

Published online 20 Januari 2024

Kata kunci:

kelompok wanita tani

kualitas produk

pemasaran

digital marketing

pengelolaan keuangan usaha kecil

Keyword:

women farmers group

digital marketing

financial literacy

QRIS adoption

Packaging innovation

ABSTRAK

Kelompok Wanita Tani (KWT) Migunani Dusun Druwo, Kapanewon Sewon, Yogyakarta menjalankan usaha dibidang makanan. Permasalahan yang dihadapi lain: kemasan masih menggunakan plastik tanpa deskripsi produk lengkap; pemasaran secara tradisional melalui bazar dan lapak KWT seminggu sekali; tidak ada pembukuan usaha; keawetan produk perlu perbaikan. Pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kualitas aspek: produk, packaging, manajemen keuangan, dan pemasaran. Metode kegiatan mencakup pelatihan pengolahan makanan; pembuatan desain logo usaha, label produk, dan kemasan; pelatihan dan pendampingan digital marketing, pelatihan literasi keuangan UMKM dan adopsi QRIS; pelatihan dan pendampingan PIRT dan sertifikasi halal. Kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman mitra untuk menghitung HPP, R/L, penggunaan QRIS, dan terbentuknya akun IG KWT Migunani. Produk menjadi lebih baik, keripik lebih awet sampai 3 bulan. Adopsi QRIS mencapai 35,2% anggota, penerapan logo/label meningkat 94,12%, pemilik sertifikasi halal mencapai 29,4% anggota. Namun pengajuan PIRT masih gagal, karena dapur produksi tidak memadai sehingga tidak lolos saat assessment oleh petugas.

ABSTRACT

KWT Migunani is Women Farmers Group in Druwo Village, Yogyakarta that runs a food business. Their problems include: old packaging with lack of product descriptions; traditional marketing through bazaars and KWT stalls once a week; lack of bookkeeping; product durability. This community service aims to improve the quality of aspects: product, packaging, financial management, and marketing. The activity methods include training on food processing; creating business logo designs, product labels, and packaging; training and assistance on digital marketing, training on MSME financial literacy and QRIS adoption; training and assistance on PIRT and halal certification. This activity impact were improved the KWT's member to understand and calculate HPP, R/L and digital marketing. Products became better, chips lasted up to 3 months. QRIS adoption reached 35,2% of members, logo/label implementation increased by 94.12%, and halal certification holders reached 29,4% of members. However, PIRT application was failed because the kitchen doesn't meet the requirements.

Publisher's note:

Penerbit tetap netral mengenai klaim yurisdiksi dalam peta yang diterbitkan dan afiliasi institusional, sementara penulis bertanggung jawab penuh atas keakuratan konten dan implikasi hukum apa pun.

Copyright@author

*Corresponding author
Email: sitijk@telkomuniversity.ac.id

<https://doi.org/10.20895/ijcosin.v5i3.10113>



1. PENDAHULUAN

Jumlah masyarakat miskin semakin banyak akibat industrialisasi yang berdampak pada masyarakat desa terutama petani dan buruh tani. Sebagian besar korban kemiskinan ini seringkali adalah perempuan. Keterlibatan kelompok perempuan terbukti mampu menjadi cara terbaik dalam program pengentasan kemiskinan desa (Indiahono, 2016), maka perlu pendampingan atau memberdayakan perempuan desa. Sejalan dengan potensi perempuan desa, salah satu upaya pemerintah Indonesia memberantas kemiskinan dimulai dari bawah yaitu pendekatan pemberdayaan perempuan petani melalui wadah Kelompok Wanita Tani (Syarif, 2018). Tujuan pemberdayaan adalah meningkatkan kesejahteraan baik dari sisi sosial maupun ekonomi (Manurung et al., 2023). Konsep pemberdayaan ini diterapkan juga di Dusun Druwo Kelurahan Bangunharjo, Kapanewon Sewon, Kabupaten Bantul, DIY dengan membentuk Kelompok Wanita Tani (KWT) Migunani.

Saat ini, KWT Migunani terdiri dari 17 anggota perempuan yang aktif bertani di lahan desa dan pekarangan rumah. Mereka juga memproduksi makanan olahan dari bahan hasil pertanian menjadi makanan siap saji. Namun karena hasil pertanian mereka sedikit, bahan baku produksi juga membeli di pasar tradisional. Dalam pelaksanaan kegiatan produksi, semua anggota terlibat. Cara produksi menggunakan peralatan rumah tangga, dengan kapasitas 50-100 kemasan per minggu. Hasil olahan dan produk mentah hasil tani dijual melalui lapak Pasar Tani Migunani seperti pada Gambar 1, serta penjualan di bazar yang diadakan oleh Balai Penyuluhan Pertanian Kabupaten Bantul.



Gambar 1. Sederhana dari KWT Migunani (Lokasi: Dusun Druwo)

KWT Migunani telah mengembangkan berbagai produk olahan pangan dari hasil pertanian lokal. Aktivitas tersebut memiliki potensi besar untuk meningkatkan nilai tambah hasil pertanian sekaligus memperluas peluang usaha bagi anggota kelompok. Kegiatan KWT ini memberikan kontribusi dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga dan pemberdayaan perempuan di Druwo, dengan omset penjualan mencapai 1-3 juta rupiah per event bazar. Sebenarnya, potensi pasar yang masih terbuka luas karena didukung oleh Lokasi KWT yaitu memiliki akses jalan yang baik, berdekatan dengan pemukiman padat, perumahan baru, pondok pesantren, dan institusi pendidikan tinggi seperti STTKD, ISI Yogyakarta, dan Akademi Teknologi Kulit. Meskipun pasar tradisional berada 2-3 km jauhnya dan sedikit warung makan di sekitar, lokasi ini memiliki potensi besar untuk menarik lebih banyak konsumen. Namun potensi yang bagus ini belum didukung oleh kemampuan mitra dalam usaha. Hal ini ditunjukkan oleh kondisi lapak yang masih sederhana. Selain itu, kemasan produk masih sederhana dan belum memiliki sertifikasi seperti PIRT dan halal, sehingga produk belum bisa dijual melalui minimarket atau toko oleh-oleh. Produk yang dihasilkan juga belum memiliki dilengkapi label informasi gizi atau identitas produsen, seperti Gambar 2.



Gambar 2.Contoh Kemasan Makanan Sebelum Pelatihan

KWT Migunani masih menghadapi sejumlah kendala yang menghambat optimalisasi potensi yang dimiliki. Permasalahan utama meliputi kualitas produk yang belum memenuhi standar, baik dari segi konsistensi rasa, higienitas, kemasan, maupun daya simpan. Selain itu, strategi pemasaran yang digunakan masih terbatas pada lingkup lokal dengan metode konvensional, sehingga daya saing produk di pasar yang lebih luas relatif rendah. Kondisi ini menyebabkan keterbatasan dalam memperluas jaringan pemasaran serta kurang maksimalnya kontribusi kegiatan usaha kelompok terhadap peningkatan pendapatan anggota.

Peningkatan kualitas produk dan kapasitas pemasaran menjadi penting untuk dilakukan melalui kegiatan pendampingan yang terarah (Khomsah et al., 2023a). Peningkatan kualitas produk dapat dilakukan dengan pelatihan pengolahan pangan sesuai standar keamanan pangan, inovasi produk, serta perbaikan kemasan yang lebih menarik dan sesuai kebutuhan konsumen. Sementara itu, peningkatan kapasitas pemasaran dapat ditempuh melalui pemanfaatan teknologi digital (Nisfullaili et al., 2022; Sirodjudin & Sudarmiatin, 2023) sebagai strategi promosi kreatif, serta penguatan jejaring pemasaran (Dwi Alike et al., 2024; Khomsah et al., 2023b). Dengan adanya intervensi tersebut, diharapkan KWT Migunani mampu menghasilkan produk olahan yang lebih berkualitas, berdaya saing tinggi, dan memiliki akses pasar yang lebih luas, sehingga memberikan dampak positif bagi keberlanjutan usaha dan peningkatan kesejahteraan anggota kelompok. Oleh karena itu pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan KWT Migunani dalam meningkatkan mutu produk dan kemampuan manajemen terutama keuangan dan pemasaran supaya berdampak pada pendapatan mereka.

2. METODE KEGIATAN

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang diuraikan pada bagian Pendahuluan, Tim Pengabdian menetapkan solusi masalah yang ditawarkan beserta target target indikatornya pada Tabel 1.

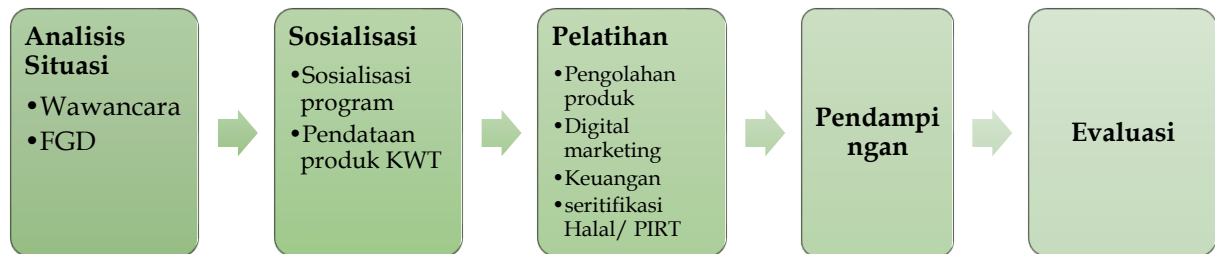
Tabel 1. Aspek Masalah, Solusi dan Indikator Capaian

No	Aspek	Solusi Kegiatan	Indikator Capaian
1	Kualitas produk: Keawetan keripik hanya 1- 2 bulan dan juga perlu adanya produk baru	a. Pelatihan pengolahan produk (Olahan keripik menggunakan alat TTG; b. Pelatihan pembuatan frozen food.	a. Hasil uji keawetan produk keripik, minimal 3 bulan b. Anggota mampu membuat produk baru
2	Kualitas produk: PRIT & produk halal	Pelatihan dan Pendampingan pengurusan PIRT dan sertifikasi halal	100% anggota memiliki PIRT atau sertifikasi halal
3	Kemasan / packaging	Pelatihan packaging, pendampingan pembuatan logo	100% anggota memiliki logo, label kemasan, dan desain packaging baru

No	Aspek	Solusi Kegiatan	Indikator Capaian
4	Manajemen :keuangan	Pelatihan dan pendampingan keuangan UMKM	100 % peserta bisa menghitung HPP, R/L
5	Manajemen: keuangan	Pelatihan dan pendampingan digital marketing (media sosial dan aplikasi WA business),	70% anggota mengadopsi QRIS untuk pembayaran
6	Pemasaran	Pelatihan digital marketing	IG KWT publish; Jumlah view IG KWT meningkat tiap bulan.

a. Prosedur Kerja Pelaksanaan Kegiatan

Program pengabdian kepada masyarakat dengan mitra Kelompok Wanita Tani (KWT) Migunani Dusun Druwo Kecamatan Sewon Kabupaten Bantul dilaksanakan secara sistematis dengan tahapan-tahapan terstruktur dan berbasis partisipatif untuk menyelesaikan permasalahan prioritas dalam bidang produksi dan pemasaran. Pelaksanaan program ini melibatkan Tim Pengabdian yaitu dosen dari 2 bidang ilmu berbeda (Program Studi: Sains Data, Bisnis Digital), mahasiswa, dan 17 anggota KWT Migunani. Metode pelaksanaan kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini terdiri tahapan berikut pada Gambar 3.



Gambar 3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

1. Analisis Situasi

Pemahaman masalah bisa dilakukan dengan metode *forum group discussion* (FGD) dan wawancara. FGD merupakan diskusi interaktif untuk membahas suatu masalah secara sistematis dan terarah dalam satu grup diskusi kecil (Ambarwati et al., 2022). Analisis masalah mitra KWT Migunani diawali dengan wawancara terhadap ketua KWT, kemudian dilakukan *forum group discussion* (FGD) dengan anggota 4-6 orang. Dalam FGD, Tim Pengabdian mengidentifikasi permasalahan- permasalahan mitra, kemudian membuat daftar masalah. Mitra dan Tim Pengabdian menentukan kesepakatan untuk masalah prioritas kemudian menentukan solusi. Pada tahap ini, masalah mitra yang utama antara lain: pelatihan pengolahan produk, sertifikasi halal dan PIRT, pelatihan packaging, pelatihan keuangan sederhana dan QRIS, serta pelatihan pembuatan media sosial IG.

2. Sosialisasi.

Setelah semua kegiatan disepakati kemudian, tim membuat rencana kegiatan secara rinci dan sosialisasi kepada seluruh anggota. Sosialisasi ini sebagai metode untuk memastikan semua anggota KWT memahami jadwal dan rencana kegiatan, dan indikator capaian. Pada tahap ini dilakukan pendataan awal profil produk para anggota untuk menentukan desain label, logo, dan kemasan. Anggota KWT mengisi formulir yang disediakan, mencakup informasi terkait profil pemilik usaha/ produk, nama produk, bahan, dan keterangan lainnya. Data ini akan menjadi bahan analisis awal Tim Pengabdian untuk memberikan ide desain label dan logo.

3. Pelatihan

Pada tahapan ini, semua kegiatan yang disepakati akan dilaksanakan sesuai jadwal. Kegiatan melibatkan Tim Pengabdian, mahasiswa, anggota KWT, dan narasumber eksternal (diluar Tim Pengabdian) yang relevan, misalnya halal center untuk pengajuan sertifikasi halal, dan narasumber

penggunaan teknologi digital untuk pembayaran (QRIS). Sedangkan untuk pelatihan digital marketing dan keuangan disampaikan oleh Tim Pengabdian. Pelatihan ini menggunakan pendekatan partisipasi mitra. Menurut (Rahmat & Mirnawati, 2020) menggunakan pendekatan partisipasi partisipasi interaktif, dimana ide dalam berbagai kegiatan mulai perencanaan dan evaluasi melibatkan peran aktif masyarakat.

4. Pendampingan

Peningkatan kapasitas manusia dapat dilakukan melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan. Metode pendampingan praktik saat pelatihan cukup efektif untuk meningkatkan kemampuan peserta pelatihan (Octavian et al., 2023). Pada pelaksanaan PKM ini, tahap pendampingan ini meliputi pendampingan pengelolaan Instagram KWT Migunani, pendampingan pengajuan PIRT dan sertifikasi halal.

5. Evaluasi

Tahapan evaluasi meliputi analisis sebelum dan sesudah kegiatan dilaksanakan serta menentukan keberlanjutan program. Evaluasi proses untuk menentukan efisiensi, efektivitas, dan dampak kegiatan-kegiatan proyek/program sesuai dengan tujuan yang akan dicapai secara sistematis dan obyektif. Manfaat evaluasi adalah menentukan tingkat perubahan perilaku setelah kegiatan dilaksanakan, baik menggunakan metode deskriptif melalui FGD atau maupun formatif menggunakan kuesioner (Yulistiani et al., 2022). Evaluasi kegiatan PKM ini menggunakan kuesioner sebagai metode formatif untuk evaluasi kualitatif dengan metode FGD pada akhir kegiatan. Untuk menjamin keberlanjutan program, tim akan mendampingi dan melatih mitra dalam mengelola media sosial selama satu tahun berikutnya.

b. Mekanisme Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan perencanaan kegiatan meliputi topik kegiatan atau pelatihan, waktu dan tempat pelaksanaan. Perencanaan kegiatan disepakati oleh mitra dan Tim Pengabdian yaitu mulai bulan Juli – Desember. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini bersifat partisipatif. Partisipasi ini antara lain: (1) anggota KWT Migunani menyediakan data produk mereka antara lain: nama produk, deskripsi, dan contoh produk jadi; (2) mengikuti setiap pelatihan yang sudah dijadwalkan (pelatihan digital marketing, keuangan, sertifikasi halal dan PIRT, packaging, dll); (3) bersedia menyiapkan bahan-bahan makanan dan lokasi untuk observasi lapangan oleh petugas sertifikasi halal.

Bentuk kolaborasi kegiatan antara lain: (1) Tim Pengabdian membuat desain logo dan label produk KWT Migunani sesuai data dan hasil *brainstorming* dengan para anggota KWT Migunani; (2) Kolaborasi eksternal dengan BPD DIY Cabang Bantul untuk sosialisasi dan pembuatan QRIS; (2) Kolaborasi dengan Halal Center Cendekia Muslim Kantor Cabang Yogyakarta untuk sosialisasi dan pendampingan sertifikasi halal produk-produk KWT Migunani.

c. Tujuan dan Manfaat

Pengabdian ini bertujuan memberikan solusi pada tiga aspek masalah mitra yaitu: perbaikan mutu produk, perbaikan kemasan, pemanfaatan media sosial untuk digital marketing, dan pengelolaan keuangan usaha kecil dan adopsi teknologi pembayaran. Metode pelaksanaan mencakup pelatihan dan pendampingan, yaitu: (1) pembuatan desain logo, label produk, dan desain kemasan; (2) digital marketing melalui Instagram dan WhatsApp Business; (3) keuangan UMKM seperti pencatatan arus kas, buku kas sederhana, perhitungan HPP, BEP, R/L dan penggunaan QRIS; (4) pelatihan dan pendampingan PIRT dan sertifikasi. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan diharapkan memberikan manfaat pada peningkatan literasi digital oleh KWT Migunani. Selain itu dapat memperluas promosi produk KWT Migunani melalui media sosial sehingga meningkatkan pendapatan mitra.

d. Evaluasi Pelaksanaan Program Pengabdian

Evaluasi output pelaksanaan pengabdian terprogram ini dilaksanakan setiap akhir kegiatan pelatihan menggunakan kuesioner. Sedangkan untuk evaluasi dampak pengabdian ini dilaksanakan pada akhir program melalui FGD dengan para anggota KWT Migunani.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama Kelompok Wanita Tani (KWT) *Migunani* di Dusun Druwo, Kapanewon Sewon, Kabupaten Bantul, telah memberikan berbagai capaian nyata bagi peningkatan mutu produk, kemasan, kapasitas pemasaran, dan manajemen keuangan. Permasalahan utama yang semula dihadapi mitra, yaitu mutu produk yang masih kurang, kemasan produk yang kurang menarik, strategi pemasaran yang belum optimal, dan pencatatan keuangan usaha yang belum tertata, mulai menemukan solusi melalui rangkaian pelatihan dan pendampingan. Secara umum, kegiatan yang dilaksanakan mencakup: pelatihan packaging, pelatihan digital marketing, pelatihan pengelolaan keuangan usaha kecil dan adopsi QRIS untuk pembayaran, pelatihan dan pendampingan sertifikasi halal dan PIRT, dan pelatihan pengolahan makanan. Capaian setiap kegiatan dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Capaian Kegiatan

No	Kegiatan	Target Indikator	Baseline	Capaian	Peningkatan
1	Pelatihan pengolahan produk	Keawetan produk keripik, minimal 3 bulan	1 - 2 bulan	3 - 4 bulan	100%
	Pelatihan pembuatan frozen food.	Anggota mampu membuat produk baru	Belum ada	Terlaksana	100%
2	Pembuatan desain kemasan: logo&label	100 % anggota mempunyai logo usaha dan label produk	5,88%	100%	94,11%
2	Sertifikasi PIRT	100 % anggota memiliki PIRT	5,88%	5,88%	0%
3	Sertifikasi Halal	100 % anggota memiliki serifikasi halal	11,7%	29,4%	17,7%
4	Pengguna QRIS	70 % anggota mengadopsi QRIS	11,7%	35,2%	23,5%
5	Pelatihan dan pendampingan keuangan UMKM	100 % peserta bisa menghitung HPP, R/L	0%	100%	100%
6	Pelatihan digital marketing	a. IG KWT publish b. Jumlah view IG KWT meningkat tiap bulan.	a. Tidak ada IG (0) b. 0	a. IG terpublish (100%) b. 3139	100% 3139

a. Pelatihan Pengolahan Produk

Keawetan produk sangat penting terutama untuk makanan yang digoreng seperti keripik. Pelatihan pengolahan produk telah terlaksana yaitu pelatihan penggunaan mesin *spinner* untuk produk- produk keripik dan pelatihan pembuatan produk baru berupa mie, pangsit, dan olahan daging. Hasil pelatihan produk ini adalah peningkatan peserta dalam membuat produk baru yaitu mie dan pangsit (Gambar 4b dan 4c). Dengan adanya penggunaan *spinner* untuk pengolahan produk keripik, kandungan minyak pada produk menjadi jauh berkurang dan berdampak pada keawetan keripik mulanya hanya tahan 1-2 bulan menjadi 3- 6 bulan.



(a) Pembuatan Adonan dan Penipisan Menggunakan Alat



(b) Hasil produk pangsit



(c) Hasil Produk Mie

Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Produk Baru (Mie Pangsit)

b. Pelatihan dan Pendampingan Sertifikasi Halal & PIRT

Label halal mampu meningkatkan citra produk di masyarakat (Laili & Canggih, 2021). Sertifikasi halal sangat membantu dalam branding produk, memberikan kepastian rasa aman pada pelanggan. Ini penting bagi pelaku UMKM khususnya makanan. Pelatihan halal ini bekerjasama dengan lembaga terkait. Pada pelaksanaan pengabdian ini, Tim Pengabdian menggandeng Tim Halal Center Cendia Muslim (HCCM) kantor cabang Yogyakarta. Dari 17 anggota, baru ada 2 anggota yang mempunyai sertifikasi halal dan hanya terbatas satu jenis produk. Sedangkan setiap anggota mempunyai produk antara satu sampai dengan belasan jenis. Maka penting sekali menambah atau meningkatkan produk yang tersertifikasi halal. Dengan adanya pelatihan pada 18 September 2025, semua anggota telah mengajukan sertifikasi halal baik baru maupun tambahan. Dengan pendampingan dari HCCM pengajuan sertifikasi halal yang berhasil lolos penilaian sebanyak 3 anggota, sehingga saat ini ada 5 anggota (29,4%) KWT Migunani yang memiliki sertifikasi halal.

Berdasarkan kegiatan pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan praktik usaha yang lebih profesional pada peserta. Selain itu, adanya pendampingan lanjutan, khususnya dalam pengelolaan media sosial, desain kemasan, memperkuat keberlanjutan dampak kegiatan. Hasil kegiatan ini tidak hanya berpengaruh pada peningkatan kualitas produk dan strategi pemasaran, tetapi juga memberikan kepercayaan diri baru bagi anggota KWT Migunani dalam mengembangkan usaha. Hal ini sejalan dengan tujuan program pemberdayaan, yaitu mendorong kemandirian ekonomi perempuan desa melalui peningkatan daya saing produk lokal.

c. Pelatihan Packaging

Packaging atau kemasan merupakan salah satu daya tarik bagi pembeli. Label produk mampu meningkatkan nilai jual (Siswati et al., 2023). Maka dengan pelatihan *packaging* memberikan pemahaman baru kepada anggota KWT Migunani mengenai pentingnya kemasan produk yang sesuai dengan standar pasar. Peserta diperkenalkan dengan prinsip desain kemasan yang menarik, informatif, serta memenuhi aspek kebersihan dan keamanan pangan. Antusiasme peserta terlihat dari diskusi aktif mengenai jenis bahan

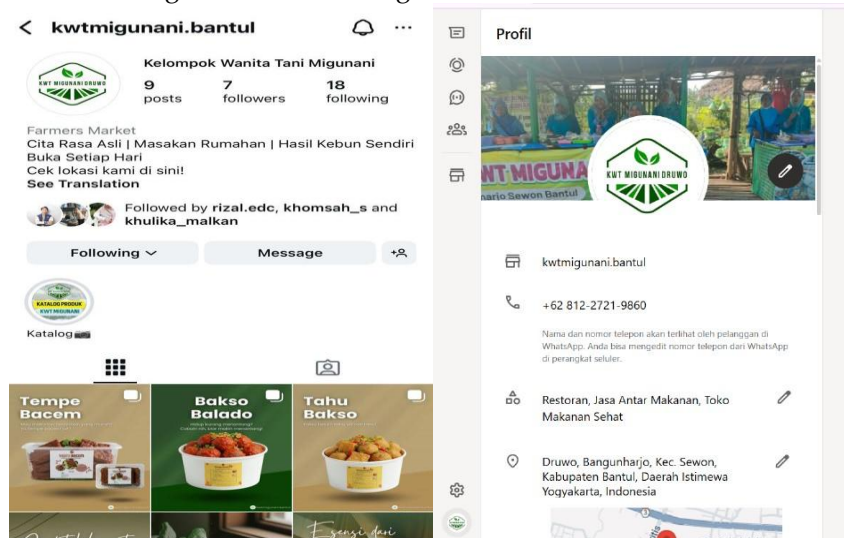
kemasan, desain label, hingga strategi diferensiasi produk melalui tampilan visual. Sebagai tindak lanjut, Tim Pengabdian membuat desain logo dan label yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing produk anggota. Hasilnya, produk yang semula dikemas secara sederhana menjadi lebih menarik dan memiliki nilai tambah, sehingga menarik konsumen. Hasil dari kegiatan ini, semua anggota telah memiliki desain *packaging* baru. Salah satu contoh kemasan baru pada Gambar 4.



Gambar 5. Perubahan Kemasan Sesudah Pelatihan

d. Peningkatan Kapasitas Pemasaran melalui Digital Marketing

Salah satu solusi pemasaran yang menjangkau banyak konsumen adalah melalui media sosial, cara ini terbukti meningkatkan penjualan (Harahap et al., 2021; Nirwana & Biduri, 2021; Terttiaavini et al., 2023). Maka untuk solusi masalah pemasaran di KWT Migunani, pelatihan *digital marketing* difokuskan pada pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp Business sebagai sarana promosi produk (Gambar 6). Dengan pelatihan ini, pemahaman anggota dalam menggunakan IG untuk marketing meningkat dari 0% menjadi 100%. Peserta memperoleh keterampilan membuat konten promosi sederhana, mengunggah foto produk yang menarik, serta mengelola interaksi dengan calon konsumen secara lebih efektif.

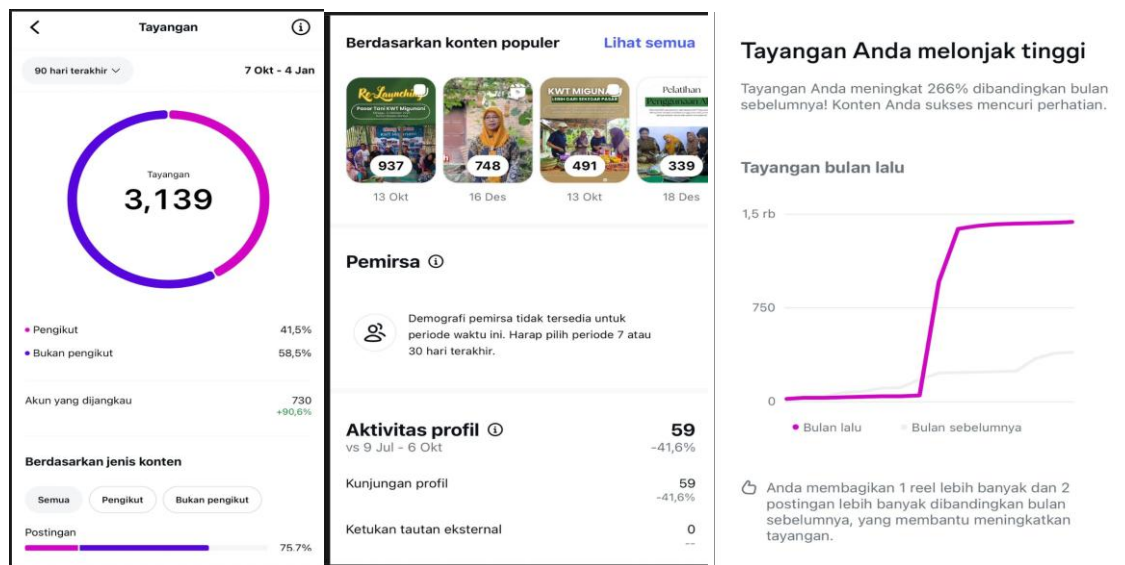


Gambar 6. Tampilan Instagram dan WA Business KWT Migunani

Guna memastikan media sosial yang dibangun efektif, Tim Pengabdian memberikan pendampingan selama tiga bulan untuk memastikan konsistensi penggunaan IG KWT untuk promosi produk dan kegiatan jadwal unggah mulai dari bulan Oktober – Desember. Saat ini unggahan produk dan kegiatan dilaksanakan satu kali seminggu. Meskipun Instagram KWT Migunani relatif baru terbentuk, unggahan diharapkan kontinyu sehingga berdampak pada penjualan produk dan juga pendapatan KWT Migunani

Pada evaluasi akhir kegiatan (bulan Desember), dapat disimpulkan bahwa view dari bulan ke bulan terlihat fluktuatif, hal ini lebih dikarenakan jenis video yang diunggah (Gambar 7). Meskipun pesanan melalui kanal digital ini belum berhasil namun IG ini cukup mengenalkan produk KWT Migunani, dibuktikan dengan view

yang cukup baik untuk tiap unggahan vidio. Dengan analisis view ini dapat disimpulkan bahwa tayangan (vidio/ gambar) selanjutnya harus dibuat lebih menarik sehingga menarik netizen untuk menonton tayangan.



Gambar 7. Analisis Instagram KWT Migunani: View Unggahan Vidio

e. Penguatan Kapasitas Keuangan UMKM

Pada aspek keuangan, pelatihan diarahkan pada pencatatan arus kas, penggunaan buku kas sederhana, serta perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP), Break-Even Point (BEP), dan Rugi/Laba. Sebelum pelatihan, tidak ada anggota yang paham bahwa penentuan harga jual harus menghitung variabel yang menentukan produksi barang seperti pemakaian gas dan tenaga produksi walaupun dirinya sendiri. Peserta yang sebelumnya belum terbiasa dengan pencatatan keuangan mulai memahami pentingnya mencatat setiap transaksi secara tertib. Dari pelatihan ini (Gambar 8) juga dapat diketahui bahwa selama ini, anggota KWT menentukan harga dengan cara perkiraan dan kepantasan saja. Melalui pelatihan dan praktik simulasi perhitungan HPP, anggota KWT mampu menghitung HPP dan BEP untuk produk masing-masing, sehingga dapat menentukan harga jual yang lebih rasional. Dari 15 anggota, peserta dapat memahami cara menentukan harga jual menghitung HPP, pemahaman mencapai 100%.



Gambar 8. Pelatihan Pembukuan Keuangan

Secara umum, program ini menghasilkan peningkatan signifikan dalam aspek keterampilan teknis dan manajerial keuangan peserta. Kemasan produk yang lebih menarik, keterampilan pemasaran digital yang meningkat, serta pengelolaan keuangan yang lebih baik menjadi bekal penting bagi keberlanjutan usaha KWT Migunani. Selain itu, penguatan kapasitas ini berdampak positif terhadap rasa percaya diri anggota dalam mengelola usaha, yang pada akhirnya berkontribusi pada kemandirian ekonomi keluarga dan kelompok.

f. Pelatihan Teknologi Quik Response Code Indonesian Standart(QRIS)

QRIS merupakan inovasi teknologi untuk transaksi yang mudah. QRIS adalah standar QR Code yang dikembangkan oleh Bank Indonesia untuk mendukung kemudahan pembayaran digital melalui berbagai platform, seperti dompet digital, aplikasi uang elektronik berbasis server, dan mobile banking (Kurniawati et al., 2021). Standarisasi ini bertujuan agar transaksi digital menjadi lebih praktis, cepat, dan aman, serta memungkinkan pengawasan langsung oleh regulator melalui sistem terintegrasi.

Pada pelatihan QRIS kami menggandeng Bank BPD DIY Cabang Bantul untuk memberikan sosialisasi pada 18 September 2025. Semua anggota KWT hadir mengikuti kegiatan sampai selesai. Dengan pelatihan ini, jumlah anggota pengguna QRIS meningkat dari 1 menjadi 6 anggota. Sehingga saat ini sebanyak 35,2% anggota telah menerapkan QRIS. Anggota yang belum membuat QRIS beralasan bahwa QRIS memerlukan pembukaan rekening baru bagi yang belum memiliki rekening di BPD DIY. Faktor lain yang memberatkan terkait penggunaan QRIS adalah biaya transaksi jika melebihi nominal 500 ribu.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama Kelompok Wanita Tani (KWT) *Migunani* secara umum berkontribusi pada peningkatan kapasitas pada pemahaman keuangan UMKM, digital marketing, pengolahan produk baik peningkatan kualitas maupun penambahan produk baru. Melalui pelatihan packaging, produk yang semula dikemas secara sederhana kini memiliki tampilan yang lebih menarik, informatif, dan sesuai standar pasar. Dari 1 orang anggota yang memiliki label dan logo usaha meningkat menjadi 100% anggota atau meningkat 94,11%.

Pendampingan digital marketing mampu meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan Instagram (IG) untuk memperluas jangkauan pemasaran. Akun IG KWT *Migunani* telah terpublikasi dan selama 3 bulan mencapai jumlah view 3139 meskipun belum meningkat signifikan. Pelatihan pengelolaan keuangan sederhana mendorong peserta untuk lebih tertib dalam pencatatan arus kas serta mampu menentukan harga jual yang rasional berdasarkan perhitungan HPP dan BEP.

Beberapa kegiatan tidak mencapai target. Meskipun anggota yang mengadopsi QRIS meningkat dari 11,7% menjadi 35,2% namun masih jauh dari target 100%, hal ini karena faktor persepsi anggota pada mudah/tidaknya penerapan QRIS. Anggota yang memiliki produk dengan sertifikasi halal meningkat 17,7% (dari 11,7% menjadi 29,4%), namun masih jauh dari target 100%, ini dikarenakan proses sertifikasi memerlukan waktu lama. Sedangkan pemilik PIRT tidak meningkat, ini disebabkan kondisi dapur yang tidak memenuhi syarat PIRT. Penyebabnya, dapur produksi masih menjadi satu dengan dapur rumah tangga, tidak ada pemisahan antara dapur produksi dan area *packaging*, serta sanitasi belum memadai.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang telah memberikan dukungan Pendanaan Program Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2025. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Kelompok Wanita Tani (KWT) *Migunani* di Dusun Druwo, Kapanewon Sewon, Kabupaten Bantul, DIY sebagai mitra sasaran. Tim Pengabdian menyampaikan apresiasi kepada Universitas Telkom kampus Purwokerto, khususnya lingkungan Program Studi Sains Data, yang telah memberikan dukungan kelembagaan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

6. REFERENSI

- Ambarwati, D., Buhari, I., Aisya Putri, D., & Indah Sari, D. (2022). Pemetaan Peluang dan Tantangan Badan Usaha Milik Desa melalui Focus Group Discussion (FGD) di Desa Kesamben, Kabupaten Malang. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 6(2). <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/skie>
- Syarif, A. (2018). Pemberdayaan Perempuan Menghadapi Modernisasi Pertanian Melalui Kelompok Wanita Tani(KWT) pada Usaha Tani Sayuran di Kecamatan Bissapu Kabupaten Bantaeng. *ZIRAA'AH*, 43(1), 77-84.

- Dwi Alike, S., Athiyah, U., Dewi, A. R., Habiburrahman, M. Q., Jazilatus Sa'adah, O., & Muhammad, A. W. (2024). Peningkatan Kapasitas Penjualan pada Kader Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pelatihan Pemasaran Digital. *Indonesian Journal Of Civil Society*, 6(2), 40-52. <https://doi.org/10.35970/madani.v1i1.2193>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>
- Indiahono, D. (2016). "Mahkota Untuk Perempuan Di Program Pemberdayaan": Studi Posisi Penting Perempuan Pada Program Pengentasan Kemiskinan Di Kabupaten Banyumas. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 4(2). <https://doi.org/10.22500/sodality.v4i2.13393>
- Khomsah, S., Wijayanto, S., Alim, N., Nugraha, S., & Karima, H. Q. (2023a). Peningkatan Kapasitas Pokdarwis Dalam Penerapan Digital Marketing Untuk Desa Wisata Kampung Tudung di Desa Grujungan Kabupaten Kebumen. 8(2). <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v8i2.3671>
- Khomsah, S., Wijayanto, S., Alim, N., Nugraha, S., & Karima, H. Q. (2023b). Peningkatan Kapasitas Pokdarwis Dalam Penerapan Digital Marketing Untuk Desa Wisata Kampung Tudung di Desa Grujungan Kabupaten Kebumen. 8(2). <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v8i2.3671>
- Kurniawati, E. T., Zuhroh, I., & Malik, N. (2021). Literasi dan Edukasi Pembayaran Non Tunai Melalui Aplikasi QR Code Indonesian Standard (QRIS) Pada Kelompok Milenial. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 05(01).
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(6). <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>
- Manurung, R. T., Pandanwangi, A., Meythi, M., & SeTin, S. (2023). Pemberdayaan Perempuan Pelaku UMKM untuk Kemandirian Ekonomi dalam Program Kampung Bangkit di Desa Ciporeat. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 09(1), 1-6. <https://doi.org/10.37905/aksara.9.1.1-6.2023>
- Nirwana, N. Q. S., & Biduri, S. (2021). Implementasi Digital Marketing Pada UMKM Di Era Revolusi Industri 4.0 (Study Pada UMKM Di Kabupaten Sidoarjo). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 18(1). <https://doi.org/10.30651/blc.v18i1.5720>
- Nisfullaili, J., Prastowo, S., Iqbal Yusuf, A., Nur Rohmad, A., Nisaa' Al Mufidah, K., Okki Aprilianto, M., Fahmi, M., Aqilla Ellenahaya Entifar, N., Nabilah, N., & Ana Dewi, R. (2022). Sosialisasi Strategi Pemasaran Produk Umkm (Digital Marketing) Bagi Anggota Kelompok Wanita Tani Di Desa Urutsewu, Ampel, Boyolali. *KREASI: Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3). <https://doi.org/10.58218/kreasi.v2i3.108>
- Octavian, H. S., Nurjanah, Y., & Sastra, H. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Meningkatkan Kualitas SDM Terhadap Pendapatan UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 4(1). <https://doi.org/10.37641/jadkes.v4i1.1811>
- Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), 62-71. <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/AKSARA/index>
- Sirodjudin, M., & Sudarmiatin, S. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2). <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i2.783>
- Siswati, E. S., Imamah, N., Amanah, W. D., Ariyanto, A. R., & Salsabillah, A. N. (2023). Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Packaging dan Penjualan Online di Dusun Bulak Kunci. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 8(1). <https://doi.org/10.33366/japi.v8i1.4242>
- Tertiaavini, T., Saputra, T. S., Heryati, A., Lestari, E. S., & Purnamasari, E. (2023). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Strategi Peningkatan Omset Penjualan Kain Tenun Songket Desa Burai. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v4i1.2515>
- Yulistiani, A., Ambarwati, K., & Yanfika, H. (2022). Evaluasi Kegiatan Penyuluhan Pertanian Studi Kasus KWT Dahlia, Kecamatan Gedong Tataan. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(1), 165. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i1.7614>