

Diversifikasi produk dan optimalisasi digital marketing sebagai inovasi dan agripreneurship Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak

Anastasia Anggarkusuma Arofah^{1*}, Aning Fitriana¹, Afif Hendri Putranto², Aprianti¹, Alridho Okta Syahputra¹

¹ Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Perwira Purbalingga, Indonesia

² Fakultas Sains dan Teknik, Universitas Perwira Purbalingga, Indonesia

^{*}) Korespondensi (e-mail: anastasia@unperba.ac.id)

Received: 15-September-25; Revised: 6-October-25; Accepted: 20- October-25

Abstract

The Aglonema Women Farmers Group is a women's empowerment group in the agricultural sector located in Rabak Village, Purbalingga Regency. This community service aims to improve the understanding and skills of the members of the Aglonema Women Farmers Group in Rabak Village in the fields of product diversification and digital marketing. The method used is structured training through lectures, discussions, and direct practice. The stages of the community service activity implementation are: preparation, implementation, technology application, and evaluation. The training participants consisted of 30 members of the Women Farmers Group and PPL Rabak Village. The results of the activity showed increases in the pretest and post-test regarding participants' understanding and skills in product diversification (76.00%), digital marketing (72.80%), and financial recording (69.60%). This service contributes to the digital transformation of local MSMEs and to their increased competitiveness in the digital economy era. Follow-up service activities relate to agricultural aspects of technology utilisation.

Keywords: Product Diversification, Digital Marketing, Bookkeeping, Inovation.

Abstrak

Kelompok Wanita Tani Aglonema merupakan kelompok pemberdayaan wanita di bidang pertanian yang terletak di Desa Rabak, Kabupaten Purbalingga. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak dalam bidang diversifikasi produk dan digital marketing. Metode yang digunakan adalah pelatihan terstruktur melalui ceramah, diskusi, serta praktik langsung. Tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap penerapan teknologi, dan tahap evaluasi. Peserta pelatihan terdiri dari 30 peserta yang terdiri dari anggota Kelompok Wanita Tani dan PPL Desa Rabak. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang diukur dalam pretest dan post-test mengenai pemahaman dan keterampilan peserta dalam bidang diversifikasi produk sebesar 76,00%, digital marketing sebesar 72,80%, dan pencatatan keuangan sebesar 69,60%. Pengabdian ini memberikan kontribusi positif dalam mendorong transformasi digital UMKM lokal, serta meningkatkan daya saing mereka di era ekonomi digital. Kegiatan pengabdian lanjutan berkaitan dengan aspek pertanian dalam pemanfaatan teknologi.

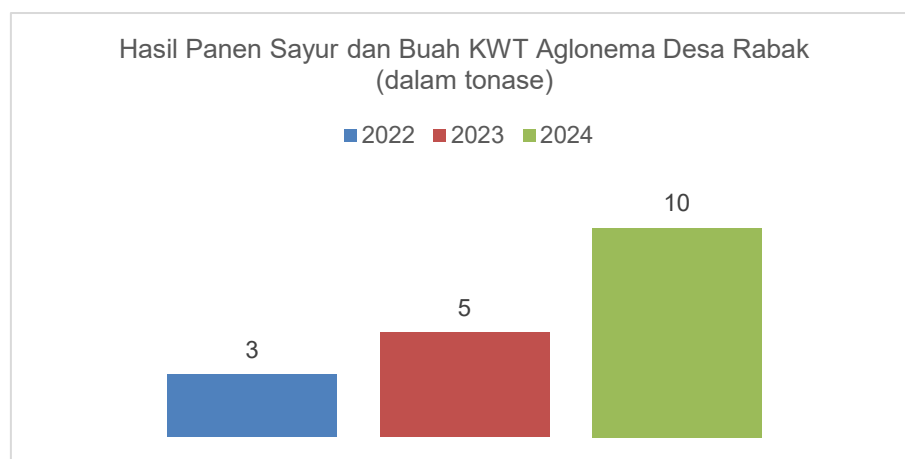
Kata kunci: Diversifikasi Produk, Digital Marketing, Pencatatan Keuangan, Inovasi.

How to cite: Arofah, A. A., Fitriana, A., Putranto, A. H., Aprianti, A., & Syahputra, A. O. (2025). Diversifikasi produk dan optimalisasi digital marketing sebagai inovasi dan agripreneurship Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak. *Penamas: Journal of Community Service*, 5(4), 631–639. <https://doi.org/10.53088/penamas.v5i4.2294>

1. Pendahuluan

Desa Rabak merupakan salah satu desa yang ada di Kabupaten Purbalingga dengan kondisi desa yang berada di dataran rendah. Desa Rabak memiliki potensi pertanian buah dan sayur yang sangat bagus. Masyarakat desa mayoritas berprofesi sebagai petani. Salah satu kelompok tani yang ada di Desa Rabak adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Aglonema. KWT Aglonema ini terletak di Desa Rabak RT. 04 RW. 06 Dusun 2. KWT Aglonema Desa Rabak memanfaatkan lahan seluas 1400 m², anggota KWT Aglonema Desa Rabak menanam berbagai macam sayuran seperti kacang panjang, kangkung, cesim, bayam, cabai rawit, timun, kacang tanah, terong, labu dan kini ada papaya kalifornia dan talas.

Peningkatan produksi dapat dilihat dari banyaknya jumlah hasil panen dalam beberapa tahun terakhir, dan diimbangi dengan jumlah pesanan masyarakat akan talas. Data statistik pada Gambar 1 menunjukkan bahwa peningkatan produksi dan penjualan tiga tahun terakhir sangatlah bagus, akan tetapi hasil pertanian hanya dijual kepada konsumen dalam bahan mentah sehingga nilai jual produk jauh lebih murah. Kurangnya pemahaman untuk mengolah hasil pertanian menjadi produk olahan, pengemasan produk dan pemasaran menjadikan permasalahan utama yang dihadapi mitra.



Gambar 1. Grafik Produksi Hasil Panen

Permasalahan dalam bidang produksi, mitra hanya menjual hasil panen baik sayur maupun buah dalam keadaan mentah tanpa diolah terlebih dahulu. Pemahaman mitra mengenai diversifikasi produk masih rendah. Pengolahan kreatif dapat memberikan nilai tambah yang signifikan pada hasil pertanian. Kegiatan mengubah bahan baku mentah menjadi produk akhir yang bernilai tinggi, petani dapat meningkatkan pendapatan (Apriliani et al., 2024; Rohman et al., 2025).

Permasalahan dalam bidang pemasaran, mitra belum maksimal untuk memasarkan produk sayuran dan buah hasil panen. Penjualan produk hanya berada lingkup desa dan kecamatan saja belum menjangkau ke daerah lain diluar kecamatan tersebut. Mitra perlu diberikan pembekalan pelatihan dalam pemasaran produk melalui pemanfaatan teknologi digital atau digital marketing. Digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web

seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial (Chaffey et al., 2009). Penerapan digital marketing diharapkan dapat membantu mitra untuk menjangkau pasar yang lebih luas sehingga meningkatkan nilai penjualan produk (Febriyantoro & Arisandi, 2018; Hernita et al., 2023).

Permasalahan dalam bidang permodalan, minimnya modal yang dimiliki oleh mitra menjadikan usaha yang ditekuni kurang maksimal. Pengelolaan manajemen dilakukan secara kekeluargaan dan tidak ada pemisah antara modal sendiri dan modal usaha. Mitra belum melakukan pencatatan keuangan secara detail baik pencatatan secara manual atau menggunakan teknologi digital. Petani tidak mengetahui bagaimana perkembangan usaha yang ditekuni. Mitra perlu diberikan pelatihan literasi keuangan dalam pembukuan pencatatan keuangan usaha tani yang baik dan benar dengan memanfaatkan teknologi digital (Arofah, 2019; Arofah et al., 2018). Melalui penerapan teknologi digital dalam keuangan tersebut diharapkan dapat membantu mitra dalam meningkatkan keterampilan pengelolaan keuangan (Wimanda et al., 2024).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjudul Diversifikasi Produk dan Optimalisasi Digital Marketing sebagai Inovasi dan Agripreneurship Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak memfokuskan pada pemecahan permasalahan dalam bidang produksi, pemasaran, pencatatan keuangan serta manajemen usaha.

2. Metode Pengabdian

Metode yang diterapkan dalam pengabdian ini adalah metode ceramah, diskusi dan praktik langsung. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Rabak, Kecamatan Kalimanah Kabupaten Purbalingga dengan mitra Kelompok Wanita Tani Aglonema dengan jumlah anggota sebanyak 32 orang. Metode tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan ini meliputi kegiatan survei awal kegiatan, identifikasi potensi mitra, dan analisis kebutuhan. Berikut adalah deskripsi kegiatan yang dilakukan pada tahap persiapan.

- 1) Survei Awal Kegiatan, bertujuan untuk mengetahui profil mitra secara geografi, demografi, perizinan, demografi, kelembagaan, sosial, ekonomi budaya, stakeholder potensial dan lain sebagainya. Pada kegiatan ini data-data yang ditemukan akan diolah dan disajikan secara deskriptif.
- 2) Identifikasi Potensi Mitra, bertujuan untuk mengidentifikasi potensi mitra baik internal ataupun eksternal terkait dengan usaha mitra.
- 3) Analisis Kebutuhan Mitra, bertujuan untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang diperlukan oleh mitra, kompetensi mitra, variasi produk dan potensi wilayah yang dapat menunjang perkembangan usaha.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan ini meliputi kegiatan sosialisasi dan pelatihan untuk menyelesaikan permasalahan mitra. Berikut ini adalah daftar kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan.

- 1) Bidang Produksi (Diversifikasi Produk) meliputi pelatihan pengolahan buah talas menjadi keripik talas, pelatihan dan supervise produk yang memenuhi standar GMP (*Good Manufacturing Product*)
 - 2) Bidang Pemasaran Produk, meliputi pelatihan penggunaan website untuk kelompok wanita tani, UMKM, pelatihan platform *e-commerce* atau digital untuk kelompok wanita tani Aglonema dan UMKM
 - 3) Bidang Pencatatan Keuangan Usaha Tani, meliputi kegiatan pelatihan pencatatan keuangan dengan menggunakan aplikasi keuangan sederhana.
 - 4) Bidang Manajemen Usaha, meliputi pelatihan manajemen usaha dibidang IRT dan UMKM.
- c. Tahap Penerapan Teknologi
Tahap ini meliputi kegiatan penerapan teknologi yang dilakukan oleh mitra Kelompok Wanita Tani Desa Rabak. Teknologi yang diterapkan berupa teknologi atau alat pengolahan talas, website, platform *e-commerce* dan aplikasi keuangan sederhana.
- d. Tahap Evaluasi
Evaluasi dilakukan dengan menggunakan metode survei kuesioner untuk pretest dan post test dalam aspek diversifikasi produk, pemasaran produk, pencatatan keuangan usaha tani serta manajemen usaha dalam bidang IRT dan UMKM.

2. Hasil Pengabdian

Sebagai langkah solusi untuk menyelesaikan permasalahan mitra, tim pelaksana melaksanakan kegiatan pengabdian “Diversifikasi Produk dan Optimalisasi Digital Marketing sebagai Inovasi dan Agripreneurship Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak” yang dilaksanakan pada Senin, 11 Agustus 2025. Kegiatan ini dihadiri oleh Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak beserta PPL Pertanian Desa Rabak dengan jumlah peserta sebanyak 33 orang. Berikut adalah hasil pemberdayaan masyarakat.



Gambar 2. Pelatihan Diversifikasi Produk dan Optimalisasi Digital Marketing

Pelatihan Diversifikasi Produk

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan mengenai pentingnya diversifikasi produk dalam suatu usaha. dengan mengolah buah talas menjadi snack atau camilan yang memiliki nilai jual tinggi daripada menjual dalam bentuk buah segar. Setelah dipaparkan mengenai materi, Kelompok Wanita Tani Aglonema mempraktekkan bagaimana cara membuat keripik talas. Dengan adanya kegiatan produksi, pengemasan, dan pemasaran produk, maka mitra mampu mengolah bahan mentah tersebut menjadi produk baru yang memiliki nilai jual lebih tinggi (Indiarto et al., 2025; Ramli S et al., 2025). Produk baru yang berbeda akan mempunyai nilai tambah dan menjadi keunggulan dalam mengembangkan usaha sehingga pendapatan penjualan mitra akan meningkat (Adhitya et al., 2022; Marianti et al., 2024). Adapun Gambar 3 adalah produk olahan talas yang diproduksi oleh Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak. Talas dibuat menjadi keripik beraneka macam rasa.



Gambar 3. Kripik Talas Produk KWT Aglonema

Pelatihan Pemasaran Digital



Gambar 4. Website KWT Aglonema

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan mengenai pemasaran pada Kelompok Wani Tani Aglonema. Setelah dipaparkan mengenai materi, Kelompok Wanita Tani Aglonema mempraktekkan bagaimana cara mengoperasikan website *e-commerce* yang sudah dikembangkan oleh tim pengabdian masyarakat. Pemanfaatan platform digital, dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan dapat mengoptimalkan potensi pemasaran mitra (Arofah et al., 2025; Pangestu et al., 2023). Berikut ini adalah platform *e-commerce* yang dikembangkan bagi Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak.

Pelatihan Pencatatan Keuangan Usaha Tani

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai bagaimana pengelolaan keuangan yang baik. Setelah dipaparkan mengenai materi, Kelompok Wanita Tani Aglonema mempraktekkan bagaimana cara menginput data-data transaksi keuangan ke aplikasi keuangan. Dengan adanya pengelolaan keuangan, dan pelaporan keuangan Kelompok Wanita Tani Aglonema bisa menganalisis usahanya apakah usaha tersebut bisa melangkah maju dengan tercapainya profit atau laba yang diharapkan (Aulya & Rahmawati, 2025; Yahyasari & As'ari, 2024). Hasil rekap pencatatan keuangan usaha tani dalam aplikasi keuangan digital dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Pencatatan Keuangan Digital KWT Aglonema

Peningkatan Pengetahuan Dan Keterampilan Peserta

Hasil yang diharapkan dalam kegiatan pengabdian ini adalah peningkatan inovasi berupa diversifikasi produk dan *digital marketing* pada Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak. Melalui pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdian masyarakat, Kelompok Wanita Tani Aglonema mendapatkan edukasi dan keterampilan baru dalam diversifikasi produk dan *digital marketing*. Berikut adalah perbandingan hasil pre test dan post test peserta pelatihan.

Tabel 1. Perbandingan Hasil Pretest dan Post-test Peserta Pelatihan

Kategori	Rata-rata		Peningkatan
	PreTest	PostTest	
Pemahaman mengenai diversifikasi produk	52,00	76,00	24,00
Pemahaman mengenai digital marketing	45,60	72,80	27,20
Pemahaman mengenai pencatatan keuangan	44,00	69,60	25,60

Sumber: Data diolah penulis, 2025.

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan melalui pengisian formulir oleh peserta yang disediakan. Peserta mengisi 2 kali, yaitu sebelum dan setelah penyampaian materi. Hasil perhitungan rata-rata pretest dan posttest diperoleh rata-rata posttest lebih tinggi daripada pretest sehingga bisa disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan yang lebih baik.

Perluasan Perluasan Pasar dan Jangkauan

Pemanfaatan teknologi digital dapat memberikan akses yang lebih luas ke pasar dimiliki oleh Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak. Pemanfaatan dalam pengembangan situs web dan strategi pemasaran online, dapat mencapai konsumen potensial di luar wilayah lokal. Hal ini dapat memberikan kemudahan dalam membantu Kelompok Wanita Tani Aglonema memperluas pangsa pasar dan meningkatkan potensi pendapatan mereka.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat secara keseluruhan berjalan dengan baik. Hasil evaluasi kegiatan memberikan bukti hasil yang signifikan. Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak mendapatkan pengetahuan baru mengenai diversifikasi produk, *digital marketing*, dan pencatatan keuangan usaha melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian lanjutan dapat dilaksanakan oleh Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak dapat berkaitan dengan aspek pertanian dalam pemanfaatan teknologi.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Direktorat Jenderal Riset Dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains Dan Teknologi yang telah mendanai kegiatan ini melalui Skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat - Ruang Lingkup Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat tahun anggaran 2025. Rektor dan Ketua LPPM Universitas Perwira Purbalingga yang telah memberikan dukungan sehingga mendukung kegiatan pengabdian ini terlaksana dengan lancar dan memberikan dampak positif. Terima kasih pula kepada mitra Kelompok Wanita Tani Aglonema Desa Rabak atas bantuan dan kerjasamanya, terima kasih kepada Mahasiswa Universitas Perwira Purbalingga yang telah ikut serta pada kegiatan pengabdian ini, serta pihak lain yang tidak dapat dituliskan satu per satu.

Referensi

- Adhitya, B., Zumaeroh, Z., & Winarto, H. (2022). Diversifikasi Produk Dan Ekspansi Pemasaran Melalui Media Sosial. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 75–79. <https://doi.org/10.56681/wikuacitya.v1i1.19>
- Apriliani, A. D., Hasibuan, A. R. G., & Marginingsih, R. (2024). Pengembangan diversifikasi produk untuk meningkatkan ekonomi di desa sukaragam. *An-Nizam*, 3(2), 120–128. <https://doi.org/10.33558/an-nizam.v3i2.9359>
- Arofah, A. A. (2019). Financial literacy, self-efficacy, and financial behaviour of college students. *International Journal of Pedagogy and Teacher Education*, 3(2), 129–138. <https://doi.org/10.20961/ijpte.v3i2.17546>
- Arofah, A. A., Maharani, D. A., Nasiroh, S., & Widodo, N. A. (2025). Transformasi Pemasaran Dan Keuangan Digital Untuk Peningkatan Nilai Produk Bagi UMKM di Desa Karanggambas Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Pengabdi*, 8(1), 51–60.
- Arofah, A. A., Purwaningsih, Y., & Indriayu, M. (2018). Financial Literacy, Materialism and Financial Behavior. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(4), 370. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v5i4.171>
- Aulya, E., & Rahmawati, L. (2025). Pendampingan Pencatatan Laporan Keuangan Umkm Berbasis Ms. Excel: Mewujudkan Usaha Yang Mandiri Dan Kompetitif (Studi Kasus Pada Zebra Laundry). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 840–850. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.277>
- Chaffey, D., Chadwick, F. E., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Prentice Hall.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Hernita, Perwira, I., Adriani, Akbar, R. A., Aggreni, S. M., Fitriazahra, M., & Rafi, Z. I. (2023). Penerapan Digitalisasi Pemasaran Dan Keuangan Pada Koperasi Dan Umkm Di Desa Jenetallasa. *Communnity Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(No.4), 7442–7447. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i4.19012>
- Indiarto, R., Subroto, E., Multazami, A. A., & Ferdiansyah, M. (2025). Diversifikasi Produk UMKM Kue Soes Melalui Pelatihan Pembuatan Roti Dan Kue Untuk Peningkatan Daya Saing. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(2), 1824–1833. <https://doi.org/10.31764/jmm.v9i2.30104>
- Marianti, A., Susanti, R., Purwinarko, A., Dimarti, S. C., Sasi, F. A., Yuliantika, A., Hasani, A. A., & Rahmawati, S. K. (2024). Product Diversification and Marketing Methods of Jamu Gendong in Kampung Jamu Semarang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(Februari), 304–311. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v8i1.11605>
- Pangestu, M. G., Yossinomita, Y., Pangestu, M. G., & Angraini, D. (2023). Pelatihan Digitalisasi Marketing Dalam Upaya Peningkatan Produksi Dan Pemasaran Pada Bisnis Online Umkm Kerupuk Ikan Kelurahan Pasir Panjang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA*, 2(2), 103–109. <https://doi.org/10.33998/jpmu.2023.2.2.877>
- Ramli S, Nurfaidah, N., Syahril, S., Dewi Widiyastutin Suropto, Rachmat Barung,

- Hebron, H., & Azizah Amini. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Strategi Pemasaran Dan Diversifikasi Produk Pelaku Usaha Perempuan Di Desa Mekatta Selatan. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 1087–1093. <https://doi.org/10.56799/joongki.v4i3.9517>
- Rohman, H., Nurlaili, M., & Sari, S. A. P. (2025). Peningkatan Kualitas Usaha melalui Diversifikasi Produk dan Pengembangan Kemasan Studi Kasus UMKM Rengginang Desa Pendarungan. *Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 46–54. <https://doi.org/10.62734/ipm.v1i2.394>
- Wimanda, N. V., Pratama, S. N., & Besi, A. P. P. (2024). Peran Teknologi Informasi terhadap Pembukuan Digital pada UMKM. *Merkurius: Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika*, 2(4), 227–233. <https://doi.org/10.61132/merkurius.v2i4.169>
- Yahyasari, S. D., & As'ari, H. (2024). Pendampingan Pembukuan Keuangan Digital Dengan Aplikasi BukuWarung Bagi Para UMKM Di Teras Malioboro 1. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2801–2807. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3383>