Penamas: Journal of Community Service, 6(3), 2026, 837-848
Available at: https://journal.nurscienceinstitute.id/index.php/penamas
EISSN: 2807-3150

# Pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi pemasaran, literasi keuangan, dan sistem kasir digital di Gapoktan Tani Agung

Hedi Pandowo*, Dian Kusumaningrum, Yana Dwi Christanti, Ahmad Kudhori, Deva Amelia
Politeknik Negeri Madiun, Jawa Timur, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: hedipandowo@pnm.ac.id)

*Received: 09-July-26; Revised: 28-August-26; Accepted: 02- Sept-26*

**Abstract**
Gapoktan Tani Agung in Suratmajan Village, Maospati District, Magetan Regency faced three problems: the entire harvest was sold through middlemen, eroding farmers' profit margins; 85% of its 80 members lacked digital marketing skills; and the farm-input store's manual administration required 7-10 working days to produce financial reports of unverified accuracy. This program aimed to empower Gapoktan members through three integrated pillars: digital marketing, financial literacy, and a digital cashier system (POS). A participatory empowerment approach spanned five systematic phases over eight months—preparation, training, technology implementation, mentoring, and CIPP-model evaluation—involving 80 active members with specific target groups for digital marketing and the POS system. Results showed improved understanding of digital marketing and financial literacy based on pre-test and post-test scores; all participants adopted structured bookkeeping, separating business and personal cash, and reporting time decreased from 7-10 days to 1 day, with recording accuracy rising from 70% to 98%. This program contributes to SDGs Goals 1, 2, and 8 by strengthening farmers' economic capacity and reducing rural disparities.

Keywords: Digital Marketing, Financial Literacy, Pos System, Farmer Cooperative, Community Empowerment

**Abstrak**
Gapoktan Tani Agung di Desa Suratmajan, Kecamatan Maospati, Kabupaten Magetan menghadapi tiga masalah utama: seluruh hasil panen dijual melalui tengkulak sehingga margin keuntungan petani tergerus, 85% dari 80 anggota belum memiliki kemampuan pemasaran digital, dan administrasi toko sarana produksi pertanian masih manual sehingga laporan keuangan membutuhkan 7-10 hari kerja dengan akurasi yang belum terukur. Program ini bertujuan memberdayakan anggota Gapoktan melalui tiga pilar terintegrasi: digitalisasi pemasaran, literasi keuangan, dan sistem kasir digital (POS). Metode yang digunakan adalah pemberdayaan partisipatif dengan lima tahap sistematis selama delapan bulan—persiapan, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan evaluasi model CIPP—melibatkan 80 anggota aktif dengan kelompok sasaran khusus untuk pemasaran digital dan sistem POS. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman pemasaran digital dan literasi keuangan berdasarkan pre-test dan post-test, seluruh peserta memiliki pembukuan terstruktur yang memisahkan kas usaha dan pribadi, serta waktu penyusunan laporan berkurang dari 7-10 hari menjadi 1 hari dengan akurasi meningkat dari 70% menjadi 98%. Program berkontribusi pada SDGs Goals 1, 2, dan 8 melalui penguatan kapasitas ekonomi petani dan pengurangan kesenjangan ekonomi pedesaan.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Literasi Keuangan, Sistem Kasir Digital, Kelompok Tani, Pemberdayaan Masyarakat

How to cite: Pandowo, H., Kusumaningrum, D., Christanti, Y. D., Kudhori, A., & Amelia, D. (2026). Pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi pemasaran, literasi keuangan, dan sistem kasir digital di Gapoktan Tani Agung. *Penamas: Journal of Community Service*, *6*(3), 837–848. https://doi.org/10.53088/penamas.v6i3.3524

Copyright © 2026 by Authors; this is an open-access article under the CC BY-SA License (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0).

## 1. Pendahuluan

Gapoktan Tani Agung merupakan gabungan kelompok tani yang berlokasi di Desa Suratmajan, Kecamatan Maospati, Kabupaten Magetan, Jawa Timur, menaungi 80 anggota petani aktif yang mayoritas menghasilkan komoditas padi, jagung, dan berbagai produk hortikultura. Sektor pertanian menjadi penopang utama perekonomian desa dengan kontribusi mencapai 65% dari total pendapatan desa berdasarkan data profil desa terbaru (profil desa terbaru). Data profil desa tersebut dikonfirmasi melalui survei baseline dan focus group discussion (FGD) yang dilakukan tim pengabdian bersama pengurus dan seluruh 80 anggota Gapoktan pada Desember 2024, sehingga kondisi awal mitra yang diuraikan pada bagian berikut merujuk pada dua sumber data yang saling melengkapi: statistik resmi pemerintah daerah dan data primer lapangan.

Dari segi pemasaran, sistem yang diterapkan masih sangat tradisional dengan mengandalkan tengkulak sebagai satu-satunya saluran distribusi. Seluruh hasil panen (100%) dijual kepada tengkulak, sehingga petani kehilangan potensi keuntungan sekitar 30-40% karena disparitas harga: harga jual gabah di tingkat petani hanya Rp4.500-5.000 per kg, sementara harga tengkulak ke penggilingan mencapai Rp6.500-7.000 per kg (Kharisma & Indrawan, 2023; Saleh, 2020). Angka disparitas harga ini diverifikasi silang oleh tim pengabdian melalui wawancara terhadap 20 anggota sampel pada November 2024 yang menunjukkan pola harga serupa. Kondisi ini diperparah oleh fakta bahwa hanya 15% atau 12 dari 80 anggota yang memiliki pemahaman tentang pemasaran digital berdasarkan kuesioner baseline, dan tidak ada satu pun yang aktif memasarkan produk melalui media sosial atau marketplace daring (Dienwati et al., 2023; Oktadini et al., 2025).

Permasalahan literasi keuangan juga cukup rendah: hasil kuesioner baseline menunjukkan 85% atau 68 dari 80 anggota tidak memiliki pencatatan keuangan usaha yang terpisah dari keuangan rumah tangga, dan 70% atau 56 anggota masih bergantung pada rentenir berbunga 5-10% per bulan karena tidak mampu mengakses permodalan formal (Baihaqi et al., 2026; Mananty & Wulandari, 2023; Suidarma et al., 2024). Di sisi administrasi, toko sarana produksi pertanian (saprotan) Gapoktan yang beromzet rata-rata Rp25-30 juta per bulan masih menggunakan buku kas manual, sehingga proses pembuatan laporan keuangan membutuhkan 7-10 hari kerja dengan tingkat akurasi yang belum pernah diukur secara sistematis, berdasarkan catatan internal pengurus toko saprotan periode Januari-Oktober 2024 (Subowo et al., 2023; Syamsia et al., 2025).

Secara individual, media sosial, marketplace, aplikasi pencatatan keuangan, dan sistem POS bukan merupakan teknologi baru. Namun demikian, kebaruan program ini terletak pada integrasi ketiga intervensi tersebut ke dalam satu model pemberdayaan Gapoktan yang saling terhubung: hasil pelatihan literasi keuangan menjadi dasar bagi pengoperasian sistem kasir digital di toko saprotan, sementara peningkatan pendapatan dari digitalisasi pemasaran diarahkan untuk dicatat melalui pembukuan terstruktur yang sama. Pendekatan terintegrasi lintas-pilar pada satu kelompok tani ini

berbeda dari sebagian besar program pemberdayaan UMKM sektor pertanian sebelumnya yang cenderung menyasar hanya satu aspek secara terpisah, misalnya pemasaran digital saja atau literasi keuangan saja (Dolorosa et al., 2024; Sahman et al., 2026).

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas UMKM sektor pertanian melalui tiga pilar: (1) digitalisasi pemasaran agar 80% anggota aktif memanfaatkan media sosial dan marketplace; (2) peningkatan literasi keuangan untuk pengelolaan usaha yang lebih profesional; serta (3) implementasi sistem kasir digital (POS) guna meningkatkan efisiensi administrasi dan akurasi laporan keuangan. Program ini berkontribusi pada SDGs Goals 1 (pengentasan kemiskinan), Goals 2 (ketahanan pangan), dan Goals 8 (pertumbuhan ekonomi inklusif) (Aziz et al., 2024; Sofie et al., 2025), serta selaras dengan Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi tentang kemitraan dengan masyarakat, Asta Cita poin ke-8 tentang pemerataan pembangunan, dan fokus bidang Pangan dan Pertanian dalam Rencana Induk Riset Nasional (RIRN) 2020-2045.

## 2. Metode Pengabdian

Program pengabdian ini dilaksanakan di Desa Suratmajan, Kecamatan Maospati, Kabupaten Magetan, Jawa Timur, selama delapan bulan dengan melibatkan 80 anggota aktif Gapoktan Tani Agung sebagai peserta program secara keseluruhan. Perlu ditegaskan bahwa seluruh 80 anggota menjadi sasaran sosialisasi umum dan pelatihan literasi keuangan, sedangkan 15 anggota pemilik smartphone yang bersedia mengelola akun bisnis digital menjadi kelompok sasaran khusus pelatihan digitalisasi pemasaran, dan 5 pengurus/staf toko saprotan menjadi kelompok sasaran khusus pelatihan dan implementasi sistem kasir digital. Ketiga kelompok sasaran tersebut dipilih melalui musyawarah anggota pada tahap sosialisasi berdasarkan kriteria kepemilikan perangkat, kesediaan menjadi pengelola, dan relevansi peran dalam struktur Gapoktan.

Metode yang digunakan adalah pendekatan pemberdayaan partisipatif berbasis kebutuhan mitra, dirancang dalam lima tahap sistematis yang saling berkaitan sebagaimana disajikan pada Gambar 1.




Gambar 1. Alur Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)

**Tahap Persiapan dan Sosialisasi (Bulan 1-2)**

Tahap ini meliputi koordinasi intensif dengan pengurus Gapoktan, survei baseline untuk mengukur kondisi awal mitra pada aspek pemasaran digital, literasi keuangan, dan sistem administrasi (kuesioner terstruktur kepada seluruh 80 anggota, diperkuat FGD dan wawancara sampel), serta sosialisasi program kepada seluruh anggota melalui forum pertemuan rutin bulanan. Pada tahap ini juga dibentuk tiga kelompok

kerja berdasarkan hasil musyawarah dan kriteria yang telah disebutkan sebelumnya: (1) Kelompok Pemasaran Digital, beranggotakan 15 anggota pemilik smartphone yang bersedia mengelola akun bisnis; (2) Kelompok Literasi Keuangan, mencakup seluruh 80 anggota aktif sebagai sasaran pelatihan pengelolaan keuangan usaha tani; dan (3) Kelompok Sistem Kasir Digital, beranggotakan 5 pengurus dan staf toko saprotan yang bertanggung jawab langsung atas operasional POS.

**Tahap Pelatihan (Bulan 2-4)**

Tiga sub-program pelatihan dilaksanakan secara paralel. Pertama, Pelatihan Digitalisasi Pemasaran dalam 6 sesi (36 jam) menggunakan metode blended learning, mencakup penggunaan Facebook Business, Instagram Business, WhatsApp Business, Tokopedia, dan Shopee, termasuk teknik fotografi produk, copywriting, dan strategi promosi digital (Rahmawati et al., 2024; Tatik & Setiawan, 2025). Setiap peserta wajib menghasilkan minimal 10 konten promosi dan melakukan 5 transaksi percobaan di marketplace. Pemahaman peserta diukur melalui pre-test dan post-test tertulis berisi 20 soal pilihan ganda mengenai konsep dasar pemasaran digital.

Kedua, Pelatihan Literasi Keuangan dalam 4 modul berjenjang (8 jam per modul, total 32 jam), mencakup konsep dasar pengelolaan keuangan dan pemisahan kas usaha-pribadi (Modul 1), teknik pencatatan keuangan terstruktur (Modul 2), penyusunan laporan laba-rugi, BEP, dan ROI (Modul 3), serta perencanaan keuangan dan akses permodalan formal (Modul 4). Metode pembelajaran menggunakan pendekatan andragogi dengan studi kasus riil usaha tani (Dolorosa et al., 2024; Sayinzoga et al., 2016), diikuti pre-test dan post-test berisi 15 soal pilihan ganda pada setiap modul.

Ketiga, Pelatihan Sistem Kasir Digital dalam 5 sesi (20 jam) untuk 5 operator toko saprotan, mencakup instalasi, proses transaksi, manajemen inventory, pembuatan laporan, hingga pemecahan masalah teknis (troubleshooting) (Hidayati et al., 2023; Wiralestari et al., 2024). Kelulusan peserta dinilai melalui ujian praktik simulasi transaksi.

**Tahap Penerapan Teknologi (Bulan 4-6)**

Pada tahap ini dilakukan: (a) implementasi platform pemasaran digital, meliputi peluncuran akun bisnis media sosial, publikasi konten promosi minimal 3 kali per minggu, aktivasi toko di marketplace dengan minimal 20 produk, dan penerapan iklan berbayar; (b) penerapan aplikasi pencatatan keuangan digital (Nainggolan et al., 2025) pada minimal 30 anggota pemilik smartphone, dengan opsi buku kas terstruktur bagi anggota yang tidak memiliki smartphone; serta (c) peluncuran sistem kasir digital POS di toko saprotan melalui uji coba sistem paralel (pencatatan manual dan digital dijalankan bersamaan) selama 2 minggu sebelum sistem digital diterapkan sepenuhnya.

**Tahap Pendampingan dan Evaluasi (Bulan 6-8)**

Pendampingan dilakukan melalui kunjungan lapangan mingguan, konsultasi daring melalui grup WhatsApp, dan pertemuan bulanan kelompok. Evaluasi menggunakan model CIPP (Context, Input, Process, Product) (Andriani & Afidah, 2020) secara

berjenjang dengan instrumen dan responden sebagai berikut: (a) evaluasi context dan input melalui kuesioner baseline pada 80 anggota di awal program; (b) evaluasi process bulanan melalui lembar observasi kehadiran dan partisipasi serta wawancara singkat dengan fasilitator dan perwakilan peserta; (c) evaluasi product triwulanan melalui pre-test/post-test pada kelompok pelatihan digital marketing dan literasi keuangan, ujian praktik pada kelompok POS, serta pencatatan log transaksi sistem POS sebelum dan sesudah implementasi untuk mengukur waktu transaksi, waktu stock opname, waktu penyusunan laporan, dan akurasi pencatatan; dan (d) evaluasi outcome akhir melalui survei endline pada seluruh 80 anggota dan FGD dengan pengurus. Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah program dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan rata-rata skor dan indikator kuantitatif pada kedua periode pengukuran. Program dinyatakan berhasil apabila mencapai minimal 75% dari seluruh target kuantitatif yang ditetapkan.

**Tahap Keberlanjutan Program**

Keberlanjutan dijamin melalui: pembentukan Tim Digital Gapoktan permanen dengan uraian tugas (job description) yang jelas (Rahmalia et al., 2026); perjanjian pemeliharaan sistem dengan vendor; dokumentasi lengkap prosedur operasional standar (SOP) dan video tutorial; serta nota kesepahaman (MoU) antara Gapoktan dengan Politeknik Negeri Madiun untuk pendampingan jangka panjang melalui program KKN tematik dan magang mahasiswa.

## 3. Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pada Gapoktan Tani Agung menghasilkan capaian pada tiga aspek utama yang ditangani, yang diuraikan berikut ini mengikuti alur kegiatan pada tahap pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan dan evaluasi yang dijelaskan pada bagian Metode. Ringkasan perbandingan kondisi sebelum dan sesudah program disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Baseline dan Kondisi Setelah Program

| Indikator | Sebelum | Setelah | Sumber Data |
|---|---|---|---|
| Anggota aktif memasarkan produk lewat media sosial/marketplace | 0% (0/80) | 15 akun bisnis aktif | Observasi akun |
| Skor rata-rata pemahaman pemasaran digital (skala 100) | 36 (pre-test) | 82 (post-test) | Tes tertulis n=15 |
| Anggota dengan pembukuan usaha-pribadi terpisah | 15% (12/80) | 100% (80/80) | Cek buku kas |
| Skor rata-rata pemahaman literasi keuangan (skala 100) | 41 (pre-test) | 79 (post-test) | Tes tertulis n=80 |
| Waktu rata-rata transaksi di toko saprotan | 5 menit | 2 menit | Log POS n=150 |
| Waktu stock opname | 8 jam | 2 jam | Catatan pengurus |
| Waktu penyusunan laporan keuangan bulanan | 7-10 hari | 1 hari | Catatan pengurus |
| Akurasi pencatatan transaksi | 70% | 98% | Audit log POS n=150 |

**Digitalisasi Pemasaran**

Pelatihan digitalisasi pemasaran diikuti oleh 15 anggota kelompok sasaran dan berhasil meningkatkan kapasitas mereka dalam memanfaatkan platform digital. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan skor rata-rata pemahaman pemasaran digital meningkat dari 36 menjadi 82 (skala 100), sebagaimana dirangkum pada Tabel 1. Sebanyak 15 anggota terpilih kini memiliki akun bisnis aktif di Facebook Business Page, Instagram Business Account, dan WhatsApp Business. Akun media sosial bisnis resmi Gapoktan Tani Agung telah diluncurkan dengan konten promosi yang dipublikasikan secara konsisten minimal 3 kali per minggu, menampilkan foto produk, video testimoni, dan tips pertanian.

Toko daring Gapoktan juga telah diaktivasi di marketplace Tokopedia dan Shopee dengan minimal 20 produk pertanian beserta deskripsi, foto, dan harga yang lengkap. Melalui workshop branding, Gapoktan kini memiliki identitas merek dengan logo dan desain kemasan produk (Dewi et al., 2025). Capaian ini membuka akses pasar yang sebelumnya hanya lokal menjadi berpotensi menjangkau konsumen regional dan nasional secara langsung tanpa perantara tengkulak (Akbar et al., 2026; Pramadhana et al., 2024); pengukuran dampak aktual terhadap volume penjualan lintas wilayah memerlukan periode observasi lebih panjang dan akan menjadi fokus evaluasi lanjutan.




Gambar 2. Sesi pelatihan digitalisasi pemasaran bagi anggota Gapoktan Tani Agung di Balai Desa Suratmajan

**Peningkatan Literasi Keuangan**

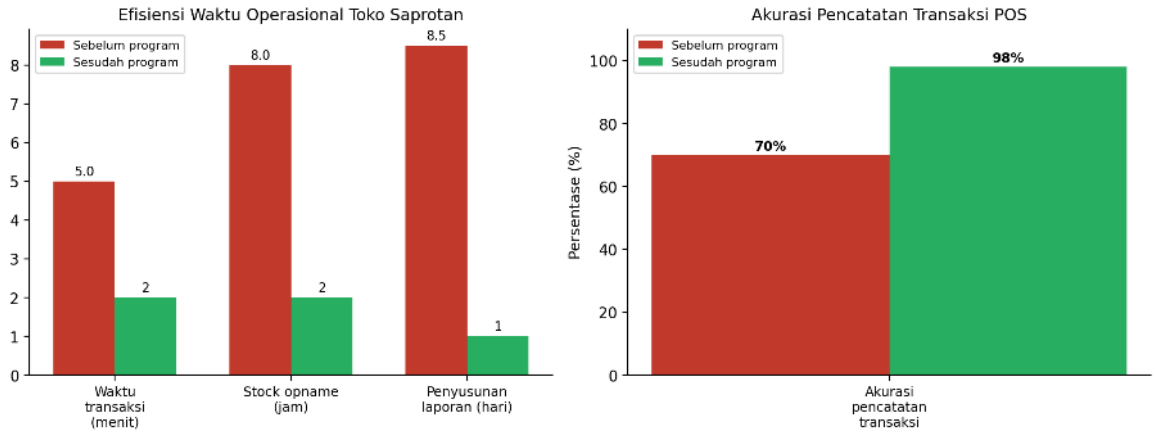
Program pelatihan literasi keuangan berjenjang yang dilaksanakan dalam 4 modul (32 jam total) diikuti oleh seluruh 80 anggota dan berhasil meningkatkan pemahaman serta praktik keuangan anggota. Skor rata-rata pre-test dan post-test literasi keuangan meningkat dari 41 menjadi 79 (skala 100). Seluruh peserta pelatihan kini memiliki buku kas terstruktur dengan template standar yang memisahkan keuangan usaha tani dari keuangan rumah tangga, dibandingkan hanya 15% anggota pada kondisi baseline. Minimal 70% anggota yang memiliki smartphone telah menggunakan aplikasi

pencatatan keuangan digital (BukuKas/BukuWarung), sementara anggota lainnya menggunakan template pencatatan manual terstruktur.

Hasil ini sejalan dengan kajian sebelumnya mengenai pelatihan pencatatan usaha dan literasi keuangan bagi petani (Dolorosa et al., 2024; Syamsia et al., 2025) yang melaporkan peningkatan pemahaman dan penerapan pencatatan keuangan, sejalan pula dengan bukti empiris mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan petani (Retnoningsih & Chung, 2025; Sayinzoga et al., 2016; Soekarni et al., 2024). Tim juga memfasilitasi akses permodalan formal dengan mendampingi penyusunan proposal pembiayaan bagi 8 anggota, sehingga secara bertahap mengurangi ketergantungan anggota terhadap rentenir berbunga tinggi (Aziz et al., 2024; Mananty & Wulandari, 2023).

**Implementasi Sistem Kasir Digital**

Sistem kasir digital berbasis POS telah berhasil diimplementasikan sepenuhnya di toko saprotan Gapoktan Tani Agung setelah dioperasikan oleh 5 anggota kelompok sasaran yang telah lulus pelatihan. Sistem ini terdiri dari hardware (tablet 10 inci, printer thermal 80mm, barcode scanner nirkabel) dan software multi-pengguna dengan fitur pencatatan transaksi waktu nyata, manajemen inventory, peringatan stok minimum, laporan keuangan otomatis (harian/mingguan/bulanan), dan dasbor pemantauan berbasis cloud.




Gambar 3. Perbandingan efisiensi waktu operasional dan akurasi pencatatan transaksi toko saprotan sebelum dan sesudah implementasi sistem POS

Data diperoleh dari log sistem POS terhadap 150 transaksi sampel yang dicatat pada dua minggu terakhir sebelum implementasi (pencatatan manual) dan dua minggu setelah full implementation (pencatatan digital), dibandingkan dengan catatan waktu kerja pengurus untuk stock opname dan penyusunan laporan. Setelah uji coba sistem paralel selama 2 minggu dan implementasi penuh, capaian terukur yang diperoleh antara lain: (1) waktu rata-rata transaksi berkurang dari 5 menit menjadi 2 menit per transaksi; (2) waktu stock opname berkurang dari 8 jam menjadi 2 jam; (3) waktu pembuatan laporan keuangan berkurang dari 7-10 hari kerja menjadi 1 hari; dan (4) akurasi pencatatan meningkat dari 70% menjadi 98% (Hidayati et al., 2023; Ramadhan et al., 2026), sebagaimana divisualisasikan pada Gambar 4. Database produk telah terdigitalisasi dengan 100 item, dan sistem cadangan (backup) otomatis harian

berjalan dengan tingkat keberhasilan 100%. Data mengenai perubahan omzet dan tingkat kepuasan anggota belum diukur secara sistematis pada periode pelaporan ini sehingga belum dapat disimpulkan; pengukuran indikator tersebut direncanakan pada evaluasi lanjutan pascaprogram.

**Digitalisasi Pemasaran dan Literasi Keuangan**

Pada aspek digitalisasi pemasaran, peningkatan skor pemahaman dari 36 menjadi 82 serta aktifnya 15 akun bisnis menunjukkan bahwa pendekatan blended learning yang dikombinasikan dengan target konten dan transaksi percobaan efektif mendorong adopsi platform digital pada kelompok tani, sejalan dengan praktik pelatihan pemanfaatan media sosial dan marketplace pada kelompok tani (Aditya et al., 2022; Haq et al., 2026) serta peran digital marketing terhadap perilaku dan pendapatan petani (Setiawan et al., 2026). Namun demikian, dampak terhadap peningkatan pendapatan riil dari akses pasar yang lebih luas belum dapat dipastikan pada periode pelaporan ini karena keterbatasan waktu observasi pascaimplementasi, sehingga klaim peningkatan margin keuntungan 30-40% pada bagian awal artikel ini perlu dipahami sebagai potensi disparitas harga yang dapat diperoleh apabila akses pasar langsung dimanfaatkan secara konsisten, bukan sebagai dampak aktual yang telah terukur.

Pada aspek literasi keuangan, seluruh anggota kini memiliki pembukuan terstruktur dan skor pemahaman meningkat signifikan berdasarkan uji pre-test-post-test, memperkuat temuan bahwa pelatihan literasi keuangan dan pencatatan usaha yang kontekstual bagi petani dapat memperbaiki perilaku keuangan (Dolorosa et al., 2024; Sayinzoga et al., 2016). Keberhasilan ini juga tidak lepas dari sinergi dengan pilar sistem kasir digital: template pembukuan yang diajarkan pada pelatihan literasi keuangan menjadi dasar konseptual bagi anggota dalam memahami output laporan otomatis yang dihasilkan sistem POS.

Pada aspek implementasi POS, penurunan waktu penyusunan laporan dari 7-10 hari menjadi 1 hari dan peningkatan akurasi dari 70% menjadi 98% merupakan capaian yang terukur langsung dari log sistem dan dapat dipertanggungjawabkan, konsisten dengan literatur mengenai manfaat digitalisasi sistem informasi akuntansi dan pencatatan transaksi (Hidayati et al., 2023; Ramadhan et al., 2026). Ketiga capaian ini menunjukkan bahwa integrasi tiga pilar dalam satu model pemberdayaan Gapoktan saling memperkuat: literasi keuangan menyediakan fondasi pemahaman bagi penggunaan sistem POS, sementara digitalisasi pemasaran berpotensi menghasilkan volume transaksi yang lebih besar untuk dikelola melalui sistem pencatatan yang telah disiapkan. Sinergi lintas-pilar inilah yang membedakan program ini dari pendekatan pemberdayaan UMKM pertanian yang menyasar aspek tunggal secara terpisah.

## 4. Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Gapoktan Tani Agung Desa Suratmajan berhasil mendorong transformasi digital UMKM pertanian melalui tiga pilar yang terintegrasi. Capaian yang terukur langsung meliputi: peningkatan skor

pemahaman pemasaran digital dari 36 menjadi 82 dan literasi keuangan dari 41 menjadi 79 (skala 100) berdasarkan pre-test dan post-test; seluruh anggota memiliki pembukuan terstruktur yang memisahkan kas usaha dan pribadi; serta implementasi sistem kasir digital POS yang menurunkan waktu penyusunan laporan dari 7-10 hari menjadi 1 hari dengan akurasi pencatatan meningkat dari 70% menjadi 98%. Digitalisasi pemasaran membuka potensi akses pasar yang lebih luas dan berpeluang mengurangi ketergantungan pada tengkulak, dengan potensi peningkatan margin keuntungan hingga 30-40% apabila akses pasar tersebut dimanfaatkan secara konsisten; dampak aktual terhadap pendapatan riil anggota memerlukan pengukuran lanjutan pascaprogram.

Program ini direkomendasikan untuk direplikasi pada kelompok tani lain di Kabupaten Magetan dan sekitarnya dengan penyesuaian konteks lokal. Keberlanjutan program terjamin melalui pembentukan Tim Digital Gapoktan permanen, MoU dengan Politeknik Negeri Madiun, serta dokumentasi SOP dan video tutorial yang komprehensif. Penelitian lanjutan diperlukan untuk mengukur dampak jangka panjang terhadap peningkatan pendapatan riil, perubahan omzet toko saprotan, dan tingkat kepuasan anggota secara terukur dan berkelanjutan.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Madiun atas dukungan dana melalui program Pengabdian kepada Masyarakat tahun anggaran 2026. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pengurus dan anggota Gapoktan Tani Agung Desa Suratmajan, Kecamatan Maospati, Kabupaten Magetan, atas partisipasi aktif dan keterbukaan dalam setiap tahapan pelaksanaan program ini.

## Referensi

Aditya, D. Y., Solihah, A., & Habibie, M. T. (2022). The utilization of social media in the young farmer group in Cicarulang Village. *REKA ELKOMIKA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3(1)*, 38–45. https://doi.org/10.26760/rekaelkomika.v3i1.38-45

Akbar, T. S. W., Winarni, R., Raspati, G., Rahayu, S., & Suherman, D. (2026). The role of marketing technology adoption on farmers' economic sustainability through market access as a mediating variable. *UPY Business and Management Journal (UBMJ), 5(1)*, 139–159. https://doi.org/10.31316/ubmj.v5i1.8928

Andriani, R., & Afidah, M. (2020). Evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dosen Universitas Lancang Kuning. *JUPIIS: Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial, 12(1)*, 271–278. https://doi.org/10.24114/jupiis.v12i1.14680

Aziz, S. A., Prihadyanti, D., Sari, K., & Pitaloka, A. A. (2024). Investigating the role of agri-tech startup in supporting inclusive finance for farmers in Indonesia. *Sosiohumaniora, 26(1)*, 45–58. https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v26i1.34680

Baihaqi, A., Hamid, A. H., Fajri, & Kesuma, T. M. (2026). Financial literacy and behaviour among smallholder farmers. *Agricultural and Resource Economics:*

*International Scientific E-Journal, 12(3)*. https://doi.org/10.22004/ag.econ.415911

Dewi, N. Y. S., Muliatiningsih, M., Agustina, A., Nurmitasari, N., & Arnola, A. (2025). Peningkatan kapasitas pemasaran usaha berbasis digital pada kelompok ternak milenial sukses bersama. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 9(5)*, 3296–3305. https://doi.org/10.31764/jpmb.v9i5.34104

Dienwati, N., Suarna, N., Ulumudin, A. F., & Luthfi, A. (2023). Optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi produk pertanian desa. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(4)*, 486–495.

Dolorosa, E., Kurniati, D., & Sawerah, S. (2024). Pelatihan pembuatan catatan usahatani dan literasi keuangan bagi petani kopi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 8(4)*, 4062–4069. https://doi.org/10.31764/jmm.v8i4.25103

Haq, F. A. S. N., Muliati, V. F., & Indriliani, M. (2026). Digitalization of village plantation business: Simple e-business training based on WhatsApp and marketplace. *SWAGATI: Journal of Community Service, 4(2)*, 117–122. https://doi.org/10.24076/swagati.2026v4i2.2751

Hidayati, I., Sudarmiatin, S., & Hermawan, A. (2023). Analysis of point of sale system implementation in coffee shop. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 11(3)*. https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i3.881

Kharisma, B., & Indrawan, Z. M. S. (2023). Analysis of rice price transmission in West Java, Indonesia. *Cogent Food & Agriculture, 9(2)*, 2266198. https://doi.org/10.1080/23311932.2023.2266198

Mananty, P., & Wulandari, E. (2023). Akses pembiayaan informal petani kentang di Desa Margamulya Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH, 10(3)*, 2184–2200. https://doi.org/10.25157/jimag.v10i3.11812

Nainggolan, Y. T., Nur'Aini, N., Aisyah, S. N., Fauziah, F., Suriani, S., Gunanda, M. E., & Maylenny, M. (2025). Pendampingan buku kas digital pada UMKM Toko Ilham: Kesadaran pencatatan, prive, dan piutang. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(2)*, 486–494. https://doi.org/10.36728/ganesha.v5i2.4858

Oktadini, N. R., Gumay, N. K. P., Marjusalinah, A. D., Meiriza, A., Lestarini, D., Hardiyanti, D. Y., & Raflesia, S. P. (2025). Peningkatan literasi digital petani melalui sosialisasi pemanfaatan teknologi digital di Desa Cempaka Ogan Komering Ulu (OKU) Timur. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 9(6)*, 4138–4146. https://doi.org/10.31764/jpmb.v9i6.34460

Pramadhana, D., Amalia, D. R., & Ghozali, A. L. (2024). Smart e-commerce untuk strategi pemasaran guna peningkatan penjualan hasil pertanian (SiPeHtanI). *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi, 10(2)*, 40–47. https://doi.org/10.24014/rmsi.v10i2.31937

Rahmalia, R. D., Sukmawani, R., & Meilani, E. H. (2026). Peran kelompok tani dalam meningkatkan kemandirian petani di era modern (Studi kasus di Desa Cisarua, Kecamatan Nagrak, Kabupaten Sukabumi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*

*AGROINFO GALUH, 13(2)*, 683–694. https://doi.org/10.25157/jimag.v13i2.24181

Rahmawati, N., Mulyaningsih, S., Vienastra, S., Suhartono, S., Hidayati, F., Susanti, M. E. N. T., & Wardana, M. A. (2024). Pendampingan pemanfaatan WhatsApp Bisnis dan Instagram Bisnis sebagai media pemasaran digital pada UMKM Berkah Desa Jepitu. *Jurnal Berdaya Mandiri, 6(3)*, 166–174. https://doi.org/10.31316/jbm.v6i3.7017

Ramadhan, S., Suryaningsih, M., Andrianto, U., Susilawati, S., Yuli, R., & Supriyadi, P. (2026). The influence of accounting information system digitalization and financial reporting on the quality of MSMEs' financial reports in South Jakarta: The moderating role of digital literacy. *International Journal of Management Science and Information Technology, 6(2)*, 1559–1575. https://doi.org/10.35870/ijmsit.v6i2.7973

Retnoningsih, D., & Chung, R. H. (2025). Climate financing for climate change adaptation: The impact of financial literacy on credit and savings behaviour of smallholder farmers in rural Indonesia. *Frontiers in Environmental Science, 13*, 1622403. https://doi.org/10.3389/fenvs.2025.1622403

Sahman, S. Z., Mukhlishin, Nurhayati, & Ananta, H. G. (2026). Penguatan akses pasar kelompok tani melalui pelatihan digital marketing di Desa Malaka. *DedikasiMU: Journal of Community Service, 8(3)*, 426–436. https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v8i3.12513

Saleh, L. (2020). Analisis pemasaran padi sawah di Kecamatan Wawotobi Kabupaten Konawe. *JAS (Jurnal Agri Sains), 4(2)*, 140–148. https://doi.org/10.36355/jas.v4i2.425

Sayinzoga, A., Bulte, E. H., & Lensink, R. (2016). Financial literacy and financial behaviour: Experimental evidence from rural Rwanda. *Economic Journal, 126(594)*, 1571–1599. https://doi.org/10.1111/ecoj.12217

Setiawan, R., Wahyuni, E., HM, I., & Yusrie, Y. (2026). Pengaruh orientasi teknologi dan digital marketing terhadap perilaku dan pendapatan petani milenial Sebatik. *Jurnal Agribisnis Indonesia, 14(1)*, 155–177. https://doi.org/10.29244/jai.2026.14.01.155-177

Soekarni, M., Adam, L., Thoha, M., Sarana, J., Ermawati, T., Saptia, Y., Adityawati, S., Sujianto, & Wibowo, M. (2024). Strengthening financial literacy of smallholder farmers through agricultural fintech peer-to-peer lending: Evidence and practical implications. *Cogent Social Sciences, 10(1)*, 2359011. https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2359011

Sofie, S., Handoyo, R., Gunawan, J., Liu, Y. C., & Anthonius, A. (2025). Understanding and supporting for Village SDG 8 (equitable economic growth): Strategies toward sustainable rural development. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management, 9(1)*, 304–316.

Subowo, H., Djanegara, M. S., Ishardyatmo, H., & Muktiadji, N. (2023). Pelatihan dan pendampingan pembukuan keuangan digital menggunakan aplikasi Buku Kas bagi UMKM Kelurahan Gudang Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan, 4(2)*, 156–162. https://doi.org/10.37641/jadkes.v4i2.2428

Suidarma, I. M., Widiantari, K. S., Masno, M., Sukarnasih, D. M., Armanid, A., & Marsudiana, I. D. N. (2024). Financial literacy can overcome barriers to MSME financing: Evidence from Indonesia. *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah), 8(2)*, 160–183. https://doi.org/10.46367/jas.v8i2.2050

Syamsia, S., Anwar, A. R., Rahim, I., & Rohana, R. (2025). Pelatihan dan pendampingan pencatatan usaha dan pembukuan dasar pada KTH Lamperangan dan Pokdarwis Kabba. *Jurnal Dinamika Pengabdian, 11(1)*, 42–52. https://doi.org/10.20956/jdp.v11i1.47152

Tatik, T., & Setiawan, D. (2025). Does social media marketing important for MSMEs performance in Indonesia? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 37(1)*, 99–114. https://doi.org/10.1108/APJML-01-2024-0090

Wiralestari, W., Arum, E. D. P., Wijaya, R., & Friyani, R. (2024). Pemanfaatan Akuntansiku sebagai alat pengelolaan keuangan dan penyusunan laporan keuangan berbasis digital pada usaha kedai kopi di Kota Jambi. *Abdimas Galuh, 6(1)*, 1–8. https://doi.org/10.25157/ag.v6i1.12175