



Bertahan dan Berkembang : Strategi 3 Pilar Sukses KWT Puspa Gemari di Era Digital

Survive and Thrive : The 3-Pillar Success Strategy for Puspa Gemari Women Farmers' Group in the Digital Era

Rosita^{1*}, Dessy Isfianadewi², Dekar Urumsah³, Reni Yendrawati⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

Korespondensi penulis: rosita@uii.ac.id

Article History:

Received: April 30, 2025;

Revised: Mei 30, 2025;

Accepted: Juni 28, 2025;

Published: Juni 30, 2025

Keywords: Business Sustainability, Digital Marketing, Packaging Design, Production Costs, Women Farmers Group

Abstract: Women Farmers Group (KWT) has a strategic role in women's economic empowerment and agricultural-based product development. However, KWT Puspa Gemari in Bantul, Yogyakarta, still faces obstacles in calculating production costs, unattractive packaging design, and limited marketing. This community service initiative aims to enhance the sustainability of herbal medicine businesses through training on production cost analysis, packaging design, and digital marketing. Methods include observation, training, Focus Group Discussion (FGD), and mentoring. Results show improved member understanding of product costing (from 5 to 12 members), upgraded packaging (from plastic bottles to glass bottles with professional labels), and expanded marketing via digital platform with a Purchasing Order (PO) system. Significant impacts include production efficiency, product competitiveness, and market expansion. These activities demonstrate that an integrated approach to production management and digital marketing can strengthen the sustainability of women-led micro-businesses. Future recommendations include continuous mentoring, product diversification, and digital technology optimization to enhance KWT's market position.

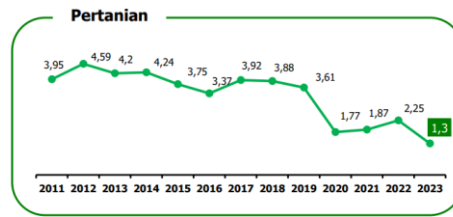
Abstrak

Kelompok Wanita Tani (KWT) memiliki peran strategis dalam pemberdayaan ekonomi perempuan dan pengembangan produk berbasis pertanian. Namun, KWT Puspa Gemari di Bantul, Yogyakarta, masih menghadapi kendala dalam penghitungan biaya produksi, desain kemasan yang kurang menarik, dan pemasaran yang terbatas. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan keberlanjutan usaha jamu melalui pelatihan analisis biaya produksi, desain kemasan, dan pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi observasi, pelatihan, *Focus Group Discussion (FGD)*, dan pendampingan. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman anggota tentang costing produk, perbaikan kemasan (dari botol plastik ke botol kaca dengan label lebih menarik), serta perluasan pemasaran melalui platform digital dengan sistem *Purchasing Order (PO)*. Dampak signifikan terlihat pada efisiensi produksi, daya saing produk, dan perluasan pasar. Kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan terintegrasi dalam manajemen produksi dan pemasaran digital dapat mendorong keberlanjutan usaha mikro berbasis kelompok perempuan. Rekomendasi ke depan meliputi pendampingan berkelanjutan, diversifikasi produk, dan optimalisasi teknologi digital untuk memperkuat posisi KWT di pasar.

Kata kunci: Keberlanjutan Bisnis, Pemasaran Digital, Desain Kemasan, Biaya Produksi, Kelompok Tani Perempuan

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor pertanian memiliki peran dalam pembangunan namun juga ketahanan pangan, tenaga kerja yang terserap, menanggulangi kemiskinan dan juga menurunkan tingkat stunting. Pertumbuhan dalam sektor pertanian dapat dilihat di Gambar



Gambar 1. Data Sektor Pertanian Tahun 2011-2023

Sumber : BPS, 2024

Namun banyak tantangan dalam sektor ini yang sebenarnya dapat digunakan untuk strategi pembangunan dengan beberapa cara, salah satunya adalah peningkatan kelembagaan ekonomi dan inovasi hasil pertanian untuk menjadi daya saingnya (Pertanian & Indonesia, 2023).

Kelompok Wanita Tani (KWT) salah satu bentuk organisasi berupa kelompok perempuan yang umumnya ada di pedesaan, karena bergerak di bidang pengolahan pertanian maupun hasil pertanian. KWT juga dapat berperan sebagai wadah peningkatan pendapatan dan sarana pemberdayaan perempuan (Santoso *et al.*, 2024). Temuan serupa diungkapkan oleh Avazura *et al.* (2024) yang menekankan bahwa KWT dapat meningkatkan produktivitas pertanian dan kesejahteraan anggotanya.

Sehingga pemberdayaan KWT sangat penting dalam upaya untuk meningkatkan daya saing KWT dalam pemberdayaan ekonomi perempuan. Seperti pada hasil pelatihan produk dan pengemasan dari Choiriyan *et al.* (2025) telah meningkatkan ketrampilan dan pendapatan anggota KWT di daerah Magelang dengan membuat produk jamu bubuk bebas gula yang produk lebih praktis dan memiliki daya simpan lama dan lebih kompetitif di pasar. KWT dengan kegiatan produksi rumahan dapat meningkatkan pendapatan anggotanya dan berdampak memperbaiki kesejahteraan anggotanya (Khairani & Nabiu, 2023). Jika KWT ingin mengembangkan diri dalam usaha bisnis menjadi kegiatan usaha seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), maka kegiatan berproduksi sampai dapat menjual juga harus ada di pengelolaan bisnis KWT. Kegiatan pemasaran melalui digital marketing untuk peningkatan penjualan produk bisnis rumahan dan UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Sehingga kegiatan pelatihan digital marketing dapat mengatasi keterbatasan pemasaran tradisional sehingga dapat meningkatkan daya saing dalam di pasar (Fitri *et al.*, 2024).

Namun tidak kalah penting, perbaikan tentang produk yang akan dijual juga harus dikelola dengan baik agar dapat meningkatkan daya saing di pasar. Salah satunya adalah pembuatan kemasan dan label yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga

dapat meningkatkan penjualan (Maulidia & Zawawi, 2025; Wicaksono & Wilujeng, 2021). Hasil penelitian Zafar *et al.* (2022) mengungkapkan fakta bahwa informasi pada label makanan dan formatnya memengaruhi sikap dan niat konsumen pada saat pembelian.

Pembinaan KWT merupakan salah satu pemberdayaan wanita dalam pengembangan produk berbasis pertanian yang dapat memiliki efek meningkatkan kesejahteraan anggota kelompoknya (Ramadhani & Fikri, 2024). Sehingga pengabdian yang dilakukan oleh Universitas Islam Indonesia dengan KWT Puspa Gemari, Plered, Bantul, Yogyakarta merupakan pembinaan ekonomi berbasis pertanian pada kelompok wanita dalam upaya keberlanjutan organisasi secara mandiri.

Permasalahan Mitra

Perkembangan teknologi dan modernisasi saat ini pesat, namun budaya dan pengobatan tradisional tidak bisa dikesampingkan. Jamu merupakan produk pengobatan tradisional masih diminati turun temurun di Indonesia (Puspitasari *et al.*, 2022). Tanaman herbal sekitar 1.200 jenis di Indonesia dapat digunakan untuk pembuatan jamu (Ummah & Lisdiana, 2021).

KWT-Puspa Gemari yang terletak di Kedaton, Plered, Bantul, Yogyakarta, terdiri dari 25 anggota. Secara ekonomi, kelompok ini telah mampu menghasilkan pendapatan, meskipun nilainya masih terbatas. Kegiatan ekonominya berupa usaha awal yang memanfaatkan bahan baku jamu (Sekretariat KWT Gemari, 2024). Produk yang dikembangkan adalah olahan jamu, tetapi masih menghadapi beberapa kendala, seperti penentuan harga produk, kemasan yang kurang informatif dalam mencantumkan kandungan, dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi untuk memperluas pasar, serta belum adanya strategi bisnis yang jelas untuk menjamin keberlanjutan usaha. Jadi permasalahan mitra KWT Puspa Gemari ini yaitu:

- a. Belum banyak anggota memahami cara menghitung biaya produksi dari produk jamu yang sudah diproduksi sebagai produk utama dari kegiatan KWT.
- b. Kemasan yang digunakan untuk jamu hanya berupa botol plastik dengan label sederhana terlihat kurang menarik sehingga minat pembeli kurang terhadap produk ini.
- c. Pemasaran produk kurang luas. Pemasaran produk jamu selama ini masih terbatas hanya di pameran-pameran yang juga kurang intens dilakukan karena KWT hanya sebagai peserta. Konsumen juga hanya sebatas lingkungan dari anggota KWT.

Kemasan produk dari KWT Puspa Gemari yang telah ada seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Produk Jamu KWT

2. METODE

Pelaksanaan pengabdian ini dengan melakukan beberapa tahapan dari observasi sampai dengan monitoring. Beberapa tahapan terdiri dari :

a. Observasi Mitra

Hal ini dilakukan dari awal untuk mengetahui permasalahan KWT Puspa Gemari dan koordinasi untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah mitra.

b. Pembuatan materi

Tim pengabdian membuat materi yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian dengan tugas masing-masing dengan melibatkan mahasiswa.

c. Pelaksanaan Pelatihan dan *Focus Discussion Group (FGD)*

Pelaksanaan pelatihan dengan materi sebagai berikut:

- 1) *Costing* produk dari KWT Puspa Gemari dengan pemaparan yang ringan tapi mengena dengan berbagai latar belakang peserta pelatihan. Tim menjelaskan *Costing* produk jamu yang selama ini menjadi produk utama di mitra.
- 2) Pembuatan desain kemasan untuk produk jamu hasil produk KWT Puspa Gemari. FGD desain label untuk kemasan jamu dengan botol kaca menggunakan AI Canva dengan kesepakatan desain label agar lebih menarik dan *marketable*. Hasil dari pembuatan kemasan label ini oleh KWT Puspa Gemari dapat digunakan untuk pameran salah satu produk KWT di kompetisi KWT tingkat Yogyakarta yang diselenggarakan oleh POLDA DIY yang diikuti oleh 3 peserta KWT di Yogyakarta.
- 3) Pelatihan pemasaran berbasis digital melalui pembuatan *market place* melalui telpon seluler (*smartphone*) masing-masing, dimulai dengan pembuatan akun

penjual di platform Shoope. Pembuatan akun untuk masing-masing anggota dengan harapan lebih banyak agen penjualan produk jamu milik KWT Puspa Gemari. *Market place* ini diharapkan bisa meningkatkan penjualan dari jamu dengan sistem *Purchasing Order (PO)*. Dengan demikian KWT akan membuat produk jamu ketika ada pesanan, sehingga membuat produk jadi *zero wasted* yang selama ini menjadi kendala KWT ketika berproduksi.

d. Pendampingan

Pendampingan dilakukan bersamaan dengan diskusi dengan pimpinan KWT Puspa Gemari tentang strategi untuk mitra agar usaha bisnis mikro dari KWT Puspa Gemari ini bisa berlanjut dan lebih berkembang serta dapat menciptakan produk selain dari jamu yang selama ini sudah berjalan. Konsep pengembangan diversifikasi produk atau produk lainnya dengan metode yang sama dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yaitu *costing*, *packaging* dan *marketing* yang efisien dan efektif.

3. HASIL

Setelah terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh tim pengabdi dari Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta dengan KWT Puspa Gemari, maka terdapat hasil yang signifikan dalam aspek pemahaman dan pengetahuan tentang *costing*, memiliki kemasan dengan desain yang lebih menarik dan *marketable* yaitu berupa botol kaca dan label produk yang lebih menarik, dan juga memiliki media pemasaran online dengan sistem PO via platform Shoope.

a. Peningkatan Pengetahuan dan Pemahaman Tentang *Costing*

Selama ini anggota KWT dalam berproduksi belum memiliki penghitungan biaya yang sebenarnya dari setiap produk. Setelah ada program kegiatan ini maka ada peningkatan pemahaman yaitu sekitar 50% dari anggota bisa menghitung biaya produk jamu milik KWT Puspa Gemari, dengan menggunakan *pre-test* dan *post-test*.

b. Kemasan Produk Lebih Menarik

Sebelumnya produk jamu dikemas dalam kemasan botol plastik dengan hanya ditemplei stiker sederhana. Setelah ada kegiatan pengabdian kepada masyarakat, maka KWT Puspa Gemari memiliki produk jamu dengan kemasan botol kaca dan label kemasan yang didesain lebih bagus dan menarik dengan menggunakan aplikasi AI canva dalam pembuatan desainnya.

c. Memiliki Platform Penjualan Online

Selama ini penjualan hanya melalui manual setiap ada pesanan dari lingkungan sekitar

daerah KWT Puspa Gemari dan hanya melalui kegiatan di acara pameran yang diikuti oleh KWT Puspa Gemari, sehingga kurang maksimal dari sisi kuantitas. Namun dengan adanya kegiatan pengabdian ini, maka penjualan dilakukan melalui platform digital, terutama Shoope yang cenderung aplikasinya dimiliki hampir semua anggota KWT Puspa Gemari. Selama ini, anggota KWT Puspa Gemari belum ada yang menggunakan platform pemasaran shoope, sehingga ada sebagian anggota yang sudah mulai menggunakan platform tersebut. Efek positif dari penggunaan pemasaran ini yaitu adanya sistem PO, sehingga tidak akan membuat produk ketika belum ada pesanan dari konsumen. Dengan demikian akan lebih efisien dalam penjualan produk. Juga dapat menggunakan platform ini untuk penjualan selain jamu dari KWT Puspa Gemari, misal produk lain hasil dari KWT Puspa Gemari maupun anggota secara pribadi.

Di bawah ini disajikan Tabel 1 yang mengilustrasikan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Tabel 1. Hasil Kegiatan

Kegiatan	Sebelum	Sesudah
Peningkatan Pengetahuan dan Pemahaman Tentang <i>Costing</i>	5 anggota	12 anggota
Kemasan Produk	Kemasan plastic berstiker	Botol kaca dan label kemasan
Penjualan Online	Ikut pameran	Platform pemasaran digital melalui Shoope

4. DISKUSI

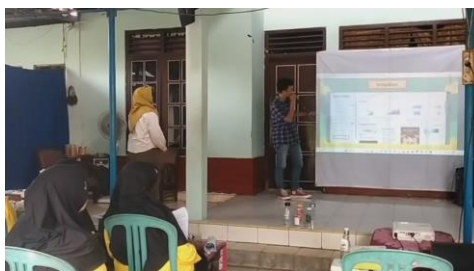
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pelaksanaan pelatihan dan FGD pada tanggal 17 Mei 2025 dan pendampingan kegiatan 21 Mei 2025 untuk keikutsertaan pameran produk pada kompetisi yang diselenggarakan oleh POLDA DIY bertempat di KWT Puspa Gemari, Kedaton, Plered, Kabupaten Bantul. Peserta pelatihan dan FGD adalah anggota dari KWT yang berjumlah 20 orang. Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ada *transfer knowledge* tentang *costing* produk jamu. Sehingga anggota memiliki tambahan pengetahuan tentang penghitungan biaya produksi dan hal ini juga bisa digunakan untuk produk lain jika suatu saat anggota mitra akan berkegiatan bisnis. Dengan demikian pemahaman dan pengetahuan anggota KWT Puspa Gemari meningkat setelah ada program kegiatan. Kemasan produk yang dimiliki oleh KWT Puspa Gemari sebelumnya lebih sederhana dan seadanya, dengan adanya program kegiatan ini, produk KWT Puspa Gemari memiliki kemasan produk yang lebih menjual dengan kemasan produk

dari botol kaca dengan label yang sangat lebih bagus dan menarik. Sedangkan untuk pemasaran online, selama ini kegiatan penjualan dilakukan dengan hanya mengikuti pameran yang tidak selalu ada sewaktu-waktu dan penjualan hanya ditawarkan kepada lingkungan sekitarnya. Maka dengan adanya program kegiatan ini penjualan menggunakan platform digital yang sederhana dan tersedia serta mudah melalui telpon seluler (*handphone*) masing-masing anggota KWT Puspa Gemari pemasaran menjadi lebih luas dengan menggunakan sistem penjualan melalui *purchasing order (PO)*. Dan yang lebih menguntungkan lagi, bahwa KWT Puspa Gemari akan memproduksi sesuai dengan pesanan, sehingga dapat terhindar dari produk yang basi, karena tidak terjual. Kegiatan pendampingan tetap dilakukan setelah program kegiatan ini dengan tujuan agar memperoleh umpan balik dari kegiatan yang telah dilakukan. Pendampingan ini juga untuk memetakan strategi apa yang sesuai untuk KWT Puspa Gemari agar memiliki kelangsungan hidup secara ekonomi yang lebih berkembang dengan kepemilikan produk jamu unggulannya.

Gambar-gambar di bawah ini menyajikan dokumentasi kegiatan yang telah dilakukan dan produk-produk hasil dari program kegiatan:



Gambar 3. Pemaparan Materi dan *FGD* tentang *Costing* dan *Platform Pemasaran Online*



Gambar 4. Pemaparan Materi dan *FGD* tentang *Packaging* dan *Labeling*



Gambar 5. Kunjungan Hasil Pengabdian Bersama POLDA DIY



Gambar 6. Pameran di Kompetisi KWT Tingkat DIY



Gambar 7. Hasil Desain *Packanging* dan *Labeling* Produk



Gambar 8. Hasil Desain *Packanging* dan *Labeling* Produk Terbaru



Gambar 9. Pameran Produk Hasil *Pacakaging* dan *Labeling*

5. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim Universitas Islam Indonesia (UII) bersama Kelompok Wanita Tani (KWT) Puspa Gemari, Plered, Bantul, Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa pendekatan melalui analisis biaya produksi, desain produk, dan pemasaran digital memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha jamu. Pelatihan *costing* produk meningkatkan pemahaman anggota KWT **Puspa Gemari** dalam menghitung biaya produksi, sehingga mereka dapat menentukan harga jual yang lebih akurat dan mengoptimalkan keuntungan. Selanjutnya perbaikan desain kemasan dengan menggunakan botol kaca dan label yang lebih menarik melalui aplikasi AI Canva meningkatkan daya tarik produk di pasar (Maulidia & Zawawi, 2025). Penjualan produk jamu melalui platform Shopee memperluas jangkauan penjualan dengan sistem *Purchasing Order* (PO), mengurangi risiko produk tidak terjual (*zero waste*), dan meningkatkan efisiensi produksi (Fitri *et al.*, 2024).

Kegiatan ini juga mendukung pemberdayaan ekonomi perempuan melalui peningkatan kapasitas usaha mikro, sejalan dengan temuan Avazura *et al.* (2024) dan Santoso *et al.* (2024) bahwa KWT Puspa Gemari berperan penting dalam meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan anggotanya. Dengan demikian, pendampingan berkelanjutan dan pengembangan strategi bisnis yang terencana menjadi kunci keberlanjutan usaha KWT Puspa Gemari. Saran untuk menjaga keberlanjutan usaha KWT Puspa Gemari adalah sebagai berikut:

- a. Adanya pendampingan yang rutin setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat berakhir.
- b. KWT Puspa Gemari dapat mengembangkan varian produk yang lebih banyak lagi berupa olahan herbal lainnya yang berbahan baku hasil dari pertanian KWT Puspa Gemari.
- c. Pemasaran digital bisa dikembangkan ke platform lainnya terutama platform yang sedang digemari masyarakat seperti Tik Tok.
- d. KWT Puspa Gemari melakukan kerjasama dengan pemerintah, akademisi atau UMKM lain guna bisa memperoleh akses pendanaan yang lebih luas, pelatihan produk yang lebih variasi dan inovatif dan promosi yang lebih luas.

Acknowledgements

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terutama kepada mitra pengabdian KWT

Puspa Gemari, Plered, Bantul, Yogyakarta beserta anggotanya dan DPPM Universitas Islam Indonesia dalam dukungan pendanaan tahun 2025. Selanjutnya dukungan dari institusi, tim, narasumber dan pihak lain yang bersedia bekerjasama dan berkontribusi dalam program kegiatan ini. Semoga kegiatan ini bermanfaat dalam membantu masyarakat dan dapat berkolaborasi lebih lanjut untuk membantu pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan ilmiah edukatif dan dapat diaplikasikan dalam masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Avazura, A., Wasyifa, O. M., Utami, P., Sari, R., & Dewi, R. S. (2024). Peran Kelompok Wanita Tani (KWT) di Tanjung Pinang. *[Nama Jurnal Tidak Dicantumkan]*, 2(1), 01–10.
- Choiriyan, V. A., Nasihah, N. D., & Fatmawati, N. A. (2025). Pemberdayaan KWT Permai Tani Desa Gandusari melalui diversifikasi produk jamu bubuk bebas gula. *[Nama Jurnal Tidak Dicantumkan]*, 2(1), 15–23.
- Fitri, A., Nainggolan, S., & Airawaty, D. (2024). Penerapan digital marketing dalam meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM Rumah Jamu Argomulyo. *BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 06(02), 1–8.
- Khairani, L., & Nabiu, M. (2023). Sukasari melalui pelatihan pembuatan pupuk organik cair (POC) menggunakan bioaktivator. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Dewantara*, 5(2), 21–28.
- Maulidia, A., & Zawawi. (2025). Labeling dan packaging sebagai strategi pemasaran UMKM di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 6(1), 50–55.
- Pertanian, K., & Indonesia, R. (2023). *Laporan kinerja Kementerian Pertanian 2023*. [Penerbit tidak disebutkan].
- Puspitasari, W., Setiawan, I. N., Widiastuti, T., Fitriani, L. N., & Bulqis, T. (2022). Pelatihan pengembangan produk kemasan UMKM produk jamu homemade dalam menghadapi persaingan dagang di era globalisasi dan pandemi. *JPM Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(5), 1–23.
- Ramadhani, Y., & Fikri, A. H. (2024). Pendampingan kewirausahaan berbasis digital marketing pada UMKM jamu tradisional “Qowiya” di Desa Bram Itam Raya. *LOKOMOTIF ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 18–27.
- Santoso, M. F., Budiman, Y. U., Wahidin, A. J., & Vholasky, D. (2024). Implementasi aplikasi Sayurbox sebagai transformasi digital dalam peningkatan pemasaran hasil pertanian KWT Pesona. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 3825–3837.
- Sekretariat KWT Gemari. (2024). *Profil KWT Puspa Gemari*. In KWT Puspa Gemari.

- Ummah, S., & Lisdiana, N. (2021). Pengembangan UMKM jamu tradisional di Desa Sumberagung Kecamatan Klego Kabupaten Boyolali. *SENYUM Boyolali*, 2(2), 68–71.
- Wicaksono, D. A., & Wilujeng, N. S. R. (2021). Manajemen usaha dan pembuatan kemasan serta labeling home industri sale pisang pada usaha kelompok ibu rumah tangga di Desa Kedungringin Kecamatan Muncar Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 02(02), 48–54.
- Zafar, M. Z., Shi, X., Yang, H., & Abbas, J. (2022). The impact of interpretive packaged food labels on consumer purchase intention: The comparative analysis of efficacy and inefficiency of food labels. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 1–16.