

Pemberdayaan UMKM Brambang Goreng KWT Kenanga melalui Integrasi Peningkatan Kapasitas Produksi dan Model Bisnis Digital

Empowering the Kenanga Women's Group's Fried Brambang MSMEs through the Integration of Production Capacity Enhancement and a Digital Business Model

Murniady Muchran*, Adi Prasetyo, Nurrofiqi Ankisqiantari,
Nabila Indah Setyaningrum, Hurijati Zhafrani, Ashyfa Cipta Lestari

Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Hukum, Universitas PGRI Yogyakarta
Jl. PGRI I No. 117, Sonosewu, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, DI Yogyakarta 55182, Indonesia

*Email: murniady@upy.ac.id

(Diterima 30-07-2026; Disetujui 03-09-2026)

ABSTRAK

Kelompok Wanita Tani (KWT) Kenanga merupakan kelompok usaha pengolahan pangan yang mengembangkan produk unggulan brambang goreng. Meskipun memiliki potensi pasar yang cukup besar, mitra masih menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan kapasitas produksi, belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital, serta pengelolaan usaha yang masih sederhana. Kondisi tersebut menyebabkan peningkatan permintaan pasar belum dapat diimbangi dengan kemampuan produksi yang memadai. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan memperkuat model bisnis digital KWT Kenanga melalui penyediaan peralatan produksi, penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi identifikasi kebutuhan mitra, penyerahan bantuan peralatan produksi, penyuluhan digitalisasi UMKM, pelatihan pemasaran digital, serta pendampingan penerapan media sosial, *WhatsApp Business*, *marketplace*, pencatatan usaha digital, dan pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam penyusunan konten promosi. Evaluasi kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui observasi, diskusi, dan praktik peserta selama pelaksanaan kegiatan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai konsep digitalisasi UMKM, pentingnya integrasi antara kapasitas produksi dan pemasaran digital, serta pemanfaatan berbagai *platform* digital untuk mendukung pengembangan usaha. Program ini juga menghasilkan luaran berupa tersedianya peralatan produksi yang sesuai dengan kebutuhan mitra dan meningkatnya kesiapan anggota kelompok dalam mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari pengelolaan usaha. Kegiatan pengabdian ini memberikan fondasi bagi KWT Kenanga dalam meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pemasaran, dan mendukung keberlanjutan usaha berbasis digital.

Kata kunci: UMKM; digitalisasi; kapasitas produksi; model bisnis digital; pemberdayaan masyarakat

ABSTRACT

The Kenanga Women Farmers Group (KWT Kenanga) is a community-based agro-processing enterprise that produces fried shallots (brambang goreng) as its flagship product. Despite its considerable market potential, the group faces several challenges, including limited production capacity, inadequate utilization of digital technology, and relatively simple business management practices. These constraints have prevented the enterprise from meeting increasing market demand effectively. This community service program aimed to enhance production capacity and strengthen the digital business model of KWT Kenanga through the provision of production equipment, training, and mentoring activities. The program employed a participatory approach consisting of needs assessment, distribution of production equipment, digital transformation training for micro, small, and medium enterprises (MSMEs), digital marketing workshops, and mentoring on the use of social media, *WhatsApp Business*, online marketplaces, digital bookkeeping, and *Artificial Intelligence* (AI) for promotional content development. Program evaluation was conducted qualitatively through observation, interactive discussions, and participants' practical activities during the implementation process. The results indicate that participants developed a better understanding of MSME digital transformation, recognized the importance of integrating production capacity with digital marketing strategies, and improved their knowledge of utilizing digital platforms to support business development. In addition, the program provided production equipment tailored to the needs of the partner organization and enhanced participants' readiness to adopt digital technologies in managing their business operations. Overall, the community service program established a strong foundation for KWT Kenanga to improve productivity, expand market reach, and promote the long-term sustainability of its digitally supported enterprise.

Keywords: MSMEs; digitalization; production capacity; digital business model; community empowerment

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat. Di Indonesia, UMKM berkontribusi besar terhadap produk domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja sehingga penguatan kapasitas UMKM menjadi salah satu prioritas pembangunan ekonomi nasional. Namun demikian, sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai kendala internal, terutama pada aspek kapasitas produksi, standardisasi kualitas produk, manajemen usaha, serta pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal. Kondisi tersebut menyebabkan banyak UMKM belum mampu memanfaatkan peluang pasar secara maksimal meskipun permintaan produk terus meningkat (World Bank, 2024; OECD, 2023).

Transformasi digital telah menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Digitalisasi tidak hanya berkaitan dengan penggunaan media sosial atau marketplace sebagai sarana pemasaran, tetapi juga mencakup integrasi proses bisnis mulai dari produksi, pemasaran, transaksi hingga pengelolaan data usaha. Penerapan teknologi digital yang terintegrasi mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, memperbaiki kualitas layanan kepada pelanggan, serta meningkatkan ketahanan bisnis UMKM terhadap perubahan lingkungan usaha (Díaz-Arancibia et al., 2024). Namun demikian, keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kesiapan sumber daya internal, terutama kapasitas produksi dan kemampuan manajemen usaha (Omrani et al., 2024; Verhoef et al., 2019).

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Kenanga yang berlokasi di Ngestiharjo, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. KWT Kenanga merupakan kelompok masyarakat yang mengembangkan usaha pengolahan pangan dengan produk unggulan berupa brambang goreng. Produk tersebut memiliki potensi pasar yang cukup tinggi karena memiliki daya simpan yang relatif lama, mudah didistribusikan, serta sesuai dipasarkan melalui berbagai platform digital. Program pengabdian sebelumnya yang dilaksanakan pada tahun 2024 berhasil meningkatkan kemampuan pemasaran digital melalui perbaikan kemasan dan pemanfaatan media sosial sehingga jumlah permintaan produk mengalami peningkatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi digital marketing mampu meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar sebagaimana dijelaskan dalam berbagai penelitian mengenai transformasi digital UMKM (Omrani et al., 2024; Troise et al., 2021).

Meskipun demikian, peningkatan permintaan pasar belum diikuti oleh kesiapan operasional usaha. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan diskusi dengan mitra, proses produksi masih dilakukan menggunakan peralatan sederhana sehingga kapasitas produksi terbatas, waktu produksi relatif lama, serta kualitas produk belum konsisten. Variasi tingkat kerenyahan, kadar minyak, maupun kualitas kemasan masih sering ditemukan. Selain itu, belum tersedia standar operasional prosedur (SOP), pembagian tugas produksi belum tertata, serta proses pengendalian mutu (*quality control*) belum diterapkan secara sistematis. Kondisi tersebut menyebabkan mitra mengalami kesulitan memenuhi permintaan pasar secara berkelanjutan, terutama ketika pesanan meningkat melalui media sosial dan marketplace.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah masih rendahnya pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pengelolaan usaha. Sebagian besar aktivitas pencatatan keuangan, stok, maupun penjualan masih dilakukan secara manual sehingga proses evaluasi bisnis menjadi kurang efektif. Padahal, pemanfaatan pencatatan digital dan aplikasi bisnis sederhana mampu membantu UMKM dalam mengambil keputusan berbasis data, meningkatkan efisiensi operasional, serta memahami perilaku pelanggan secara lebih akurat (World Bank, 2024; OECD, 2023). Selain itu, penggunaan media sosial dan *marketplace* juga belum didukung dengan strategi *content marketing* yang terencana sehingga potensi pemasaran digital belum dimanfaatkan secara optimal.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital yang hanya berfokus pada pemasaran tanpa diimbangi penguatan kapasitas produksi akan menimbulkan ketidakseimbangan antara permintaan pasar dan kemampuan operasional UMKM. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan, menghambat keberlanjutan usaha, bahkan mengurangi kepercayaan konsumen terhadap produk lokal (Díaz-Arancibia et al., 2024; Troise et al., 2021). Oleh karena itu, transformasi digital perlu dipandang sebagai proses integratif yang menghubungkan peningkatan kapasitas produksi, pengelolaan operasional, pemasaran digital, serta pengambilan keputusan berbasis data agar mampu menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Verhoef et al., 2019; Vial, 2019).

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian melaksanakan program Pemberdayaan UMKM Brambang Goreng KWT Kenanga melalui Integrasi Peningkatan Kapasitas Produksi dan Model Bisnis Digital. Program ini dirancang melalui dua pendekatan utama, yaitu peningkatan kapasitas produksi melalui penyediaan peralatan dan pendampingan proses produksi, serta penguatan model bisnis digital melalui pelatihan pemasaran digital, pemanfaatan media sosial, pencatatan digital, dan penggunaan teknologi berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) untuk mendukung pembuatan konten promosi. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas usaha, menjaga konsistensi kualitas produk, memperluas pasar, sekaligus memperkuat keberlanjutan usaha berbasis komunitas.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan Juli 2026 di Kelompok Wanita Tani (KWT) Kenanga yang berlokasi di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Mitra merupakan kelompok usaha masyarakat yang mengembangkan produk olahan brambang goreng sebagai komoditas unggulan berbasis potensi lokal. Sasaran kegiatan adalah seluruh anggota aktif KWT Kenanga yang terlibat dalam proses produksi, pengemasan, dan pemasaran produk. Selain anggota kelompok, kegiatan juga melibatkan dosen dan mahasiswa sebagai bagian dari implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui pendampingan dan transfer pengetahuan kepada masyarakat.

Metode pelaksanaan pengabdian menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar seluruh proses identifikasi masalah, penyusunan solusi, implementasi program, hingga evaluasi dilakukan secara partisipatif sehingga solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan nyata mitra. Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri atas observasi awal, koordinasi program, pengadaan peralatan produksi, pelatihan teknis, pendampingan implementasi, monitoring, dan evaluasi.

Tahap pertama merupakan observasi dan identifikasi kebutuhan mitra. Kegiatan dilakukan melalui kunjungan lapangan, wawancara, dan diskusi kelompok dengan pengurus serta anggota KWT Kenanga. Observasi bertujuan mengidentifikasi kondisi eksisting usaha, kapasitas produksi, proses pengolahan brambang goreng, penggunaan peralatan produksi, pola pemasaran, serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa keterbatasan peralatan produksi menyebabkan kapasitas produksi belum mampu memenuhi peningkatan permintaan pasar, sementara pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi telah mulai meningkatkan jumlah pesanan.

Tahap kedua adalah perencanaan program yang dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) antara tim pengabdian dan mitra. Pada tahap ini disusun prioritas kegiatan, jenis peralatan produksi yang diperlukan, materi pelatihan, jadwal pelaksanaan, serta mekanisme pendampingan. Perencanaan dilakukan secara kolaboratif agar seluruh kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan operasional mitra.

Tahap ketiga berupa pengadaan dan penyerahan peralatan produksi sebagai bentuk implementasi teknologi tepat guna. Peralatan yang diberikan disesuaikan dengan kebutuhan proses produksi brambang goreng sehingga mampu meningkatkan efisiensi kerja, mempercepat proses produksi, dan menjaga konsistensi kualitas produk. Setelah penyerahan peralatan, tim pengabdian memberikan demonstrasi mengenai cara penggunaan, perawatan, dan prosedur keselamatan kerja sehingga seluruh anggota mampu mengoperasikan peralatan secara mandiri.

Tahap keempat merupakan pelatihan peningkatan kapasitas produksi. Materi pelatihan meliputi penggunaan peralatan produksi, penerapan alur kerja yang lebih efisien, standarisasi proses produksi, pengendalian kualitas produk, serta teknik pengemasan yang lebih baik. Pelatihan menggunakan metode ceramah, demonstrasi, praktik langsung, diskusi, dan tanya jawab sehingga peserta dapat memahami sekaligus mempraktikkan setiap materi yang diberikan.

Tahap kelima adalah pendampingan penguatan model bisnis digital. Pendampingan difokuskan pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, penyusunan konten pemasaran, pengelolaan komunikasi dengan pelanggan, serta penyeragaman antara jadwal produksi dan permintaan pasar. Pendekatan ini bertujuan agar peningkatan aktivitas pemasaran digital dapat diimbangi oleh kesiapan kapasitas produksi sehingga usaha mampu berkembang secara berkelanjutan.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan beberapa teknik, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan diskusi kelompok. Observasi dilakukan untuk melihat perubahan proses produksi

sebelum dan sesudah implementasi program. Wawancara dilakukan kepada pengurus dan anggota KWT Kenanga untuk memperoleh informasi mengenai manfaat program, kendala implementasi, dan perubahan yang dirasakan setelah kegiatan berlangsung. Dokumentasi digunakan untuk merekam seluruh proses kegiatan, mulai dari penyerahan peralatan, pelaksanaan pelatihan, praktik penggunaan alat, hingga kegiatan pendampingan. Selain itu, diskusi kelompok digunakan sebagai media evaluasi partisipatif terhadap efektivitas program.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis difokuskan pada perubahan kapasitas produksi, peningkatan pemahaman peserta terhadap penggunaan peralatan, kemampuan menerapkan proses produksi yang lebih terstandar, serta implementasi pemasaran digital setelah memperoleh pendampingan. Keberhasilan program dievaluasi berdasarkan ketercapaian indikator yang telah ditetapkan, yaitu meningkatnya efisiensi proses produksi, optimalisasi penggunaan peralatan produksi, peningkatan kompetensi anggota kelompok, serta penguatan integrasi antara kapasitas produksi dan pemasaran digital.

Penyajian data dilakukan secara deskriptif dalam bentuk narasi, tabel, dan dokumentasi kegiatan. Penyajian tersebut bertujuan memberikan gambaran menyeluruh mengenai proses pelaksanaan program, perubahan yang terjadi pada mitra, serta dampak kegiatan terhadap peningkatan kapasitas produksi dan keberlanjutan usaha KWT Kenanga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 22 Juli 2026 di Kelompok Wanita Tani (KWT) Kenanga, Ngestiharjo, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sasaran kegiatan adalah anggota KWT Kenanga yang mengembangkan usaha pengolahan pangan dengan produk unggulan berupa brambang goreng. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan koordinasi dan identifikasi kebutuhan mitra, dilanjutkan dengan penyerahan bantuan peralatan produksi, penyuluhan mengenai digitalisasi UMKM, pelatihan pemasaran digital, serta pendampingan awal dalam penerapan model bisnis digital berbasis media sosial. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara partisipatif dengan melibatkan anggota kelompok dalam setiap sesi diskusi, praktik, dan evaluasi.



Gambar 1. Berfoto bersama Mitra “KWT KENANGA”

Tabel 1. Karakteristik Kelompok

Karakteristik	Keterangan
Nama Mitra	Kelompok Wanita Tani (KWT) Kenanga
Lokasi	Ngestiharjo, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta
Jumlah anggota	20 orang
Bidang usaha	Pengolahan pangan
Produk unggulan	Brambang goreng
Permasalahan utama	Kapasitas produksi terbatas, kualitas produk belum konsisten, pemasaran digital belum optimal, dan pencatatan usaha masih sederhana

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan diskusi dengan mitra, diketahui bahwa KWT Kenanga telah memiliki produk yang diterima pasar, namun belum mampu mengoptimalkan peluang tersebut karena keterbatasan kapasitas produksi dan pemanfaatan teknologi digital. Sebagian besar proses produksi masih dilakukan secara manual sehingga waktu produksi relatif lama, kapasitas produksi terbatas, dan kualitas produk belum sepenuhnya seragam. Di sisi lain, penggunaan media sosial

sebagai sarana pemasaran masih bersifat sederhana dan belum didukung oleh pengelolaan usaha yang terstruktur.

Sebagai bentuk solusi terhadap permasalahan tersebut, tim pengabdian menyerahkan bantuan peralatan produksi untuk meningkatkan efisiensi proses pengolahan brambang goreng. Selain itu, peserta memperoleh penyuluhan mengenai transformasi digital UMKM yang meliputi pemanfaatan media sosial, *marketplace*, *WhatsApp Business*, pencatatan usaha digital, serta pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) untuk mendukung pembuatan konten promosi. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah interaktif, demonstrasi, praktik langsung, dan diskusi sehingga peserta dapat mengaitkan materi dengan kondisi usaha yang mereka jalankan.



Gambar 2. Pemaparan dan Diskusi Materi Pelatihan oleh Dr. Murniady Muchran, S.E.,M.M, Adi Prasetyo, S.Kom.,M.Kom dan Nurrofiqi Anisqiantari, S.Kom., M.C.S. (AI)

Evaluasi kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui observasi selama pelatihan, diskusi interaktif, sesi tanya jawab, dan praktik langsung peserta. Evaluasi difokuskan pada perubahan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan serta kemampuan peserta dalam menjelaskan kembali konsep-konsep yang telah dipelajari.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Kualitatif Pemahaman Peserta

Aspek yang Dievaluasi	Kondisi Sebelum Kegiatan	Hasil Observasi Setelah Kegiatan
Pemahaman digitalisasi UMKM	Peserta memandang digitalisasi hanya sebagai promosi melalui media sosial	Peserta mampu menjelaskan bahwa digitalisasi mencakup produksi, pemasaran, transaksi, dan pencatatan usaha secara terintegrasi.
Pemanfaatan media sosial	Promosi dilakukan secara sederhana tanpa strategi konten	Peserta memahami pentingnya penyusunan konten promosi yang lebih menarik dan konsisten.
<i>Marketplace</i>	Sebagian besar peserta belum memahami peluang <i>marketplace</i>	Peserta mampu menjelaskan manfaat <i>marketplace</i> sebagai alternatif saluran penjualan produk.
<i>WhatsApp Business</i>	Menggunakan <i>WhatsApp</i> sebagai media komunikasi biasa	Peserta memahami fungsi katalog produk, label pelanggan, dan balasan otomatis dalam <i>WhatsApp Business</i> .
Pencatatan usaha digital	Transaksi masih dicatat secara manual	Peserta memahami pentingnya pencatatan digital untuk memantau penjualan dan perkembangan usaha.
Pemanfaatan AI	Belum mengenal AI sebagai alat pendukung usaha	Peserta memahami bahwa AI dapat dimanfaatkan untuk membantu pembuatan desain promosi dan penulisan konten pemasaran.
Hubungan kapasitas produksi dan pemasaran	Produksi dan pemasaran dipandang sebagai aktivitas yang terpisah	Peserta memahami bahwa peningkatan pemasaran harus diimbangi dengan kesiapan kapasitas produksi agar permintaan pelanggan dapat dipenuhi secara optimal.

Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan antusias. Hal tersebut terlihat dari tingginya partisipasi dalam sesi diskusi dan praktik, kemampuan peserta menjelaskan kembali materi yang diberikan, serta munculnya berbagai pertanyaan mengenai penerapan teknologi digital pada usaha yang mereka jalankan. Peserta juga mulai memahami bahwa keberhasilan pemasaran digital tidak hanya bergantung pada promosi melalui media sosial, tetapi juga dipengaruhi oleh kesiapan proses produksi, pencatatan usaha, dan pengelolaan pelanggan secara terintegrasi.

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas produksi dan penguatan model bisnis digital merupakan dua aspek yang saling melengkapi. Selama ini, sebagian besar kegiatan pemberdayaan UMKM lebih banyak menitikberatkan pada pelatihan pemasaran digital, sedangkan kesiapan operasional usaha sering kali belum menjadi perhatian utama. Berdasarkan kondisi yang ditemukan pada KWT Kenanga, peningkatan permintaan pasar tidak akan memberikan manfaat yang optimal apabila kapasitas produksi masih terbatas. Oleh karena itu, penyediaan peralatan produksi yang disertai dengan pendampingan digitalisasi menjadi pendekatan yang lebih komprehensif karena mampu menjawab permasalahan pada sisi operasional maupun pemasaran secara bersamaan.

Hasil tersebut sejalan dengan berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya yang menyimpulkan bahwa peningkatan literasi digital mampu meningkatkan kesiapan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana pengembangan usaha. Namun demikian, kegiatan ini memiliki karakteristik yang berbeda karena tidak hanya memberikan pelatihan pemasaran digital, tetapi juga mengintegrasikan peningkatan kapasitas produksi, penguatan pencatatan usaha, pemanfaatan *WhatsApp Business*, penggunaan *marketplace*, serta pengenalan *Artificial Intelligence* (AI) sebagai alat pendukung promosi. Pendekatan tersebut memberikan pengalaman belajar yang lebih menyeluruh sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga memahami hubungan antara produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha berbasis data.



Gambar 3. Penyerahan Alat Produksi oleh Dr.Murniady Muchran,S.E.,M.M, Adi Prasetyo, S.Kom.,M.Kom dan Nurrofiqi Ankisqiantari, S.Kom., M.C.S. (AI)

Selain peningkatan pemahaman peserta, kegiatan ini juga menghasilkan luaran praktis berupa tersedianya peralatan produksi, tersusunnya format pencatatan usaha sederhana, serta meningkatnya kesiapan anggota KWT Kenanga dalam memanfaatkan media digital untuk mendukung pengembangan usaha. Meskipun dampak terhadap peningkatan kapasitas produksi dan kinerja usaha memerlukan pendampingan lanjutan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa anggota kelompok telah memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya integrasi antara proses produksi dan model bisnis digital sebagai fondasi pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Kenanga telah berjalan sesuai dengan tujuan yang direncanakan, yaitu meningkatkan kapasitas produksi serta memperkuat model bisnis digital pada usaha brambang goreng. Kegiatan yang meliputi penyerahan peralatan produksi, penyuluhan digitalisasi UMKM, pelatihan pemasaran digital, serta pendampingan awal telah memberikan peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya integrasi antara proses produksi dan pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan usaha.

Berdasarkan hasil observasi selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai konsep digitalisasi UMKM, pemanfaatan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana pemasaran, penggunaan *WhatsApp Business*, pencatatan usaha berbasis digital, serta pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) sebagai pendukung penyusunan konten promosi. Selain itu, peserta juga mulai memahami bahwa peningkatan pemasaran harus diimbangi dengan kesiapan kapasitas produksi agar permintaan pasar dapat dipenuhi secara berkelanjutan.

Program ini juga menghasilkan luaran berupa tersedianya peralatan produksi yang sesuai dengan kebutuhan mitra, meningkatnya kesiapan anggota kelompok dalam mengadopsi teknologi digital, serta tersusunnya format pencatatan usaha sederhana sebagai langkah awal menuju pengelolaan usaha yang lebih terstruktur. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini telah memberikan fondasi

bagi KWT Kenanga untuk meningkatkan produktivitas, memperluas pemasaran, dan mengembangkan usaha secara lebih berkelanjutan.

Saran

Keberlanjutan program perlu dilakukan melalui pendampingan secara berkala untuk memastikan seluruh pengetahuan dan keterampilan yang telah diberikan dapat diterapkan secara konsisten dalam aktivitas usaha sehari-hari. Pendampingan lanjutan dapat difokuskan pada penyusunan standar operasional prosedur (SOP) produksi, penerapan pencatatan keuangan digital, pengembangan identitas merek (*branding*), optimalisasi marketplace, serta pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam pemasaran digital.

Selain itu, kegiatan pengabdian berikutnya disarankan tidak hanya berfokus pada peningkatan kapasitas pengetahuan, tetapi juga melakukan pengukuran dampak secara kuantitatif, seperti perubahan kapasitas produksi, peningkatan omzet penjualan, pertumbuhan jumlah pelanggan, tingkat keterlibatan media sosial (*engagement*), dan kepuasan pelanggan. Pengukuran tersebut akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas program sekaligus menjadi dasar dalam penyusunan model pemberdayaan UMKM berbasis integrasi kapasitas produksi dan transformasi digital yang dapat direplikasi pada kelompok usaha sejenis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas PGRI Yogyakarta yang telah memberikan dukungan pendanaan melalui Program Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2026 sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank, W. (2024). *Digital Development Partnership Annual Review 2024: New Beginnings, Bolder Ambitions*. World Bank. <https://documents.worldbank.org/>
- Development, O. for E. C. and. (2023). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/342b8564-en>
- Díaz-Arancibia, J., Hochstetter-Diez, J., Bustamante-Mora, A., Sepúlveda-Cuevas, S., Albayay, I., & Arango-López, J. (2024). Navigating Digital Transformation and Technology Adoption: A Literature Review from Small and Medium-Sized Enterprises in Developing Countries. *Sustainability*, 16(14), 5946. <https://doi.org/10.3390/su16145946>
- Omran, N., Rejeb, N., Maalaoui, A., Dabic, M., & Kraus, S. (2024). Drivers of Digital Transformation in SMEs. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 5030–5043. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3215727>
- Troise, C., Corvello, V., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2021). How Can SMEs Successfully Navigate VUCA Environment? The Role of Agility in the Digital Transformation Era. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121227. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121227>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2019). Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *MIS Quarterly*, 43(1), 223–270. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2019/14440>