

Peningkatan Usaha Kelompok Tani Hutan Sadar Tani Muda Melalui Pemanfaatan Teknologi, Pemasaran Digital, dan Keuangan, Desa Bojong Murni Kabupaten Bogor

Yanto Hermawan*, Nani Cahyani, Sinta Listari,
Melani Faliana Putri, Sabrinah Sucilawati

Program Studi Sistem Informasi, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan
Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan
Program Studi Perbankan dan Keuangan Digital, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan
E-Mail: anto@ibik.ac.id

Technology,
Marketing and
Financial

129

Submitted:
APRIL 2025

Accepted:
SEPTEMBER 2025

ABSTRACT

This community service program was carried out with the Sadar Tani Muda Forest Farmers Group (KTH) in Bojong Murni Village, Bogor Regency, aiming to strengthen their business capacity through the use of information technology, digital marketing, and financial literacy. The main challenges faced by the group were limited market access, low adoption of digital tools, and weak financial record-keeping. The methods involved training, mentoring, and the implementation of a simple website, social media platforms, and financial recording applications using Excel/Google Sheets. The results indicate a significant improvement in members' abilities to utilize digital media for product promotion, prepare simple financial reports, and manage their businesses more systematically. Descriptive analysis showed that the variables of digital marketing, information technology utilization, and financial management were rated high to very high, with mean scores of 4.16, 4.11, and 4.23 respectively. The program's impact was reflected in increased sales, cost efficiency, and members' awareness of professional business management. These findings highlight that technology-driven interventions and financial literacy enhancement can effectively strengthen farmers' economic independence while supporting sustainable development goals at the village level

Keywords: *Community empowerment, information technology, digital marketing, financial literacy, farmer group*

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan bersama Kelompok Tani Hutan (KTH) Sadar Tani Muda Desa Bojong Murni, Kabupaten Bogor, dengan tujuan meningkatkan kapasitas usaha melalui pemanfaatan teknologi informasi, pemasaran digital, dan literasi keuangan. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah keterbatasan akses pasar, rendahnya pemanfaatan teknologi, serta lemahnya pencatatan keuangan usaha. Metode yang digunakan meliputi pelatihan, pendampingan, serta implementasi website sederhana, media sosial, dan aplikasi pencatatan keuangan berbasis Excel/Google Sheet. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kemampuan anggota dalam memanfaatkan media digital untuk promosi, penyusunan laporan keuangan sederhana, serta pengelolaan usaha yang lebih sistematis. Analisis data responden memperlihatkan bahwa variabel pemasaran digital, pemanfaatan teknologi informasi, dan tata kelola keuangan berada pada kategori tinggi hingga sangat tinggi, dengan rata-rata skor 4,16; 4,11; dan 4,23. Dampak program terlihat dari peningkatan penjualan, efisiensi biaya, serta kesadaran anggota dalam mengelola usaha secara profesional. Temuan ini menegaskan bahwa intervensi berbasis teknologi dan literasi keuangan mampu memperkuat kemandirian ekonomi kelompok tani sekaligus mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan di tingkat desa.

Kata kunci: *pemberdayaan masyarakat, teknologi informasi, pemasaran digital, literasi keuangan, kelompok tani*

JADKES

Jurnal Abdimas Dedikasi
Kesatuan
Vol. 6 No. 2, 2025
page 129 - 140
IBI KESATUAN
E-ISSN 2745 - 7508
DOI: 10.37641/jadkes.v6i2.3860

PENDAHULUAN

Kemiskinan dan keterbatasan akses terhadap sumber daya produktif masih menjadi persoalan utama di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, jumlah penduduk miskin mencapai 25,90 juta jiwa atau sekitar 9,36 persen dari total penduduk Indonesia. Angka ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan kesejahteraan, khususnya di wilayah pedesaan yang banyak menggantungkan hidup pada sektor pertanian. Tingginya tingkat pengangguran terselubung, rendahnya produktivitas, serta keterbatasan inovasi menjadi faktor yang memperparah kondisi tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya strategis untuk meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat desa agar dapat lebih mandiri dan sejahtera (BPS, 2023).

Salah satu gambaran nyata kondisi tersebut terdapat di Desa Bojong Murni, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor. Desa ini memiliki potensi pertanian yang cukup besar melalui keberadaan Kelompok Tani Hutan (KTH) Sadar Tani Muda, dengan jumlah anggota sekitar 25 orang yang mayoritas adalah remaja. Namun demikian, kelompok ini masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam hal pemasaran produk, pemanfaatan teknologi digital, dan pengelolaan keuangan usaha. Keterbatasan tersebut membuat hasil pertanian sulit menjangkau pasar yang lebih luas sehingga pendapatan anggota belum optimal. Situasi ini menunjukkan perlunya intervensi melalui kegiatan pemberdayaan berbasis teknologi, pemasaran digital, dan literasi keuangan.

Berbagai program pemerintah telah dilaksanakan untuk mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat desa, seperti Program Pembangunan Desa Berkelanjutan, Program Pemberdayaan Keluarga Sejahtera (UPPKS), dan program terkait ketahanan pangan. Selain itu, visi pembangunan nasional melalui Asta Cita menekankan pentingnya membangun dari desa dan dari bawah untuk pemerataan ekonomi dan pengentasan kemiskinan [3]. Sejalan dengan itu, Sustainable Development Goals (SDGs) poin 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur) serta poin 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab) juga mendorong penguatan kapasitas masyarakat melalui pemanfaatan teknologi dan inovasi. Namun, dalam praktiknya, sebagian program belum sepenuhnya menjawab tantangan yang spesifik dialami oleh kelompok tani muda di tingkat desa.

Penelitian sebelumnya mendukung pentingnya pemanfaatan teknologi dan pemasaran digital untuk memperkuat ekonomi desa. Sutanto dan Widodo (2021) menemukan bahwa penerapan strategi digital marketing pada produk pertanian mampu meningkatkan penjualan hingga 30%. Sementara itu, Nurhayati dan Firmansyah (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha tani. Hidayat et al. (2022) menekankan bahwa pembukuan sederhana berbasis teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan akurasi pengelolaan keuangan UMKM pedesaan. Penelitian oleh Pratama dan Nugroho (2021) juga mengungkapkan bahwa pemanfaatan media sosial mampu memperluas jangkauan pasar produk lokal secara signifikan. Selain itu, studi dari Lestari (2022) membuktikan bahwa pendampingan kelompok tani dengan pendekatan teknologi informasi dapat meningkatkan produktivitas sekaligus memperkuat daya saing di pasar.

Urgensi kegiatan pengabdian ini didasarkan pada kebutuhan untuk segera meningkatkan kapasitas kelompok tani remaja agar mampu menjadi lebih produktif dan mandiri. Jika tidak segera ditangani, keterbatasan teknologi dan manajemen usaha dapat membuat kelompok ini kesulitan berkembang, sehingga potensi ekonomi desa tidak dapat dioptimalkan. Dengan adanya intervensi berbasis teknologi, pemasaran digital, dan literasi keuangan, diharapkan kelompok tani mampu memasarkan produk pertanian secara lebih luas, mengelola usaha dengan transparan, serta meningkatkan pendapatan. Hal ini sejalan dengan arah pembangunan daerah dan kebijakan nasional dalam mengurangi kesenjangan desa-kota.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan usaha KTH Sadar Tani Muda melalui tiga pilar utama: pemanfaatan teknologi informasi, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan:

1. memberikan pelatihan penggunaan website dan media sosial untuk promosi produk tani, meningkatkan literasi keuangan melalui pelatihan pembukuan sederhana,
2. mendampingi pengembangan strategi pemasaran berbasis digital, serta
3. membangun sistem usaha tani yang lebih mandiri, berkelanjutan, dan berdaya saing. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu memberikan manfaat nyata bagi mitra, masyarakat desa, perguruan tinggi, sekaligus mendukung program pembangunan berkelanjutan.

TUJUAN KEGIATAN

Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian ekonomi Kelompok Tani Hutan (KTH) Sadar Tani Muda Desa Bojong Murni melalui pemanfaatan teknologi informasi, penerapan strategi pemasaran digital, serta peningkatan literasi dan pengelolaan keuangan usaha. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan kelompok tani yang mayoritas beranggotakan remaja dapat berkembang menjadi lebih produktif, berdaya saing, dan mampu mengoptimalkan potensi sumber daya lokal untuk mendukung kesejahteraan masyarakat desa.

Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan anggota KTH dalam memanfaatkan teknologi informasi yang sederhana namun efektif, seperti pembuatan website, penggunaan media sosial, dan aplikasi pemasaran digital. Pemanfaatan teknologi ini akan membuka akses pasar yang lebih luas, memperkuat brand produk pertanian, serta meningkatkan peluang penetrasi ke pasar modern maupun daring. Dengan demikian, kelompok tani dapat mengurangi ketergantungan pada perantara dan memperoleh keuntungan yang lebih optimal.

Selain itu, tujuan lain adalah meningkatkan literasi keuangan dan kemampuan pembukuan usaha di kalangan anggota kelompok tani. Melalui pelatihan pencatatan keuangan sederhana, pengelolaan kas, serta penyusunan laporan keuangan bulanan, diharapkan anggota kelompok mampu mengelola modal dan keuntungan usaha dengan lebih transparan dan efisien. Keterampilan ini penting untuk mendukung keberlanjutan usaha, mengurangi risiko kebocoran keuangan, serta membuka peluang akses terhadap permodalan atau kerjasama dengan pihak eksternal di masa depan.

Tujuan selanjutnya adalah membangun sistem usaha tani yang mandiri, berkelanjutan, dan berorientasi pada pasar. Kegiatan pendampingan tidak hanya difokuskan pada aspek teknis, tetapi juga pada pembentukan pola pikir kewirausahaan berbasis teknologi dan inovasi. Dengan kombinasi strategi pemasaran digital, manajemen usaha, dan literasi keuangan, diharapkan kelompok tani mampu merumuskan strategi bisnis yang lebih adaptif terhadap perubahan pasar. Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan memberi manfaat jangka panjang berupa peningkatan pendapatan anggota, penguatan ekonomi desa, dan kontribusi nyata terhadap pencapaian program pembangunan berkelanjutan.

PELAKSANAAN KEGIATAN

A. Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini direncanakan berlangsung selama periode tahun 2025, dimulai dari tahap persiapan hingga pelaporan akhir. Tahap persiapan meliputi koordinasi dengan mitra, penyusunan jadwal rinci, dan persiapan materi pelatihan. Pada tahap ini, tim pengusul bersama mitra KTH Sadar Tani Muda akan melakukan pertemuan awal untuk menyepakati kebutuhan prioritas dan pembagian peran selama kegiatan.

B. Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah dalam kegiatan ini berangkat dari identifikasi hambatan utama yang dihadapi KTH Sadar Tani Muda, yaitu keterbatasan

pemasaran produk, kurangnya literasi keuangan, dan belum adanya pemanfaatan teknologi informasi secara optimal. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan harus mencakup tiga pilar utama: teknologi, pemasaran digital, dan manajemen keuangan.

Langkah pertama adalah pemberdayaan melalui teknologi informasi, dengan membekali anggota kelompok tani keterampilan dasar dalam mengoperasikan website, media sosial, dan aplikasi pendukung pemasaran. Teknologi informasi dipilih sebagai solusi karena mampu memperluas akses pasar dengan biaya relatif rendah, sekaligus meningkatkan visibilitas produk pertanian ke konsumen yang lebih luas.

Langkah kedua adalah peningkatan kapasitas pemasaran digital. Anggota kelompok akan diberikan pelatihan dalam pembuatan konten promosi, strategi branding, serta penggunaan platform e-commerce dan periklanan digital sederhana. Dengan strategi ini, produk pertanian tidak hanya dipasarkan di sekitar desa, tetapi juga dapat menjangkau konsumen di wilayah perkotaan bahkan pasar nasional.

Langkah ketiga adalah penguatan literasi keuangan dan pembukuan usaha, melalui pelatihan pencatatan transaksi, penyusunan laporan sederhana, serta pengelolaan kas. Dengan sistem keuangan yang lebih tertib, kelompok tani akan mampu menilai keuntungan usaha, mengelola modal, dan merencanakan pengembangan usaha ke depan. Kombinasi dari ketiga solusi ini diharapkan menjadi kerangka pemecahan masalah yang komprehensif, sehingga mampu menjawab tantangan sekaligus mendukung keberlanjutan usaha KTH Sadar Tani Muda.

Tabel 1. Kerangka pemecahan Masalah

No	Aspek Permasalahan	Permasalahan	Solusi di Tawarkan	Metode Pelaksanaan
1	Teknologi Informasi	Belum adanya Website E-Commerce	Pembuatan Web ECommerce dan Chatbot	Survei dan identifikasi kebutuhan, pelatihan teknis, pendampingan lapangan
2	Pemasaran Digital	Belum adanya media sosial, Youtube dll, perbaikan packaging yang mudah di kenal dan di ingat, selagi ke arah di digital di perbaiki, perbaikan lain ke arah packaging, kualitas bibit lebah dan kualitas pakan domba.	Pembuatan Media Sosial IG, Tiktok, Youtube serta perbaikan packaging	Analisis pasar, pengembangan jaringan pemasaran, pelatihan pemasaran Digital.
3	Pengelolaan Keuangan	Belum adanya laporan keuangan	Pembuatan Laporan Sederhana di Microsft Excel	Pelatihan pengelolaan manajemen keuangan usaha,

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan berdasarkan dari permasalahan yang telah diuraikan pada bagian solusi pada tabel 1 kerangka pemecahan masalah dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 2. Aspek permasalahan, solusi dan metode pelaksanaan

No	Solusi	Target Luaran	Indikator Pencapaian	Target
1	Pelatihan dan pendampingan teknologi informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan peningkatan pemahaman dan keterampilan dasar penggunaan teknologi 2. Akses dan penggunaan teknologi untuk pengembangan usaha seperti website e-commerce, media sosial dan excek mengenai pengelolaan keuangan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengurus dan Anggota pelatihan dapat mengoperasikan perangkat teknologi dasar dengan baik, termasuk kemampuan dalam mengakses internet dan menggunakan aplikasi produktivitas (seperti microsoft office, email, media sosial dan aplikasi lainnya) 2. Pengurus dan Anggota mampu memanfaatkan teknologi untuk mendukung usaha mereka, seperti menggunakan aplikasi perbankan digital, pencatatan keuangan, elektronik atau mengelola toko online. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengurus dan Anggota paham penggunaan teknologi dasar. 2. Pengurus dan Anggota menggunakan website, sosial media dan excel mengenai pengelolaan keuangan.
2	Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun kerjasama dengan toko lokal, pasar online, atau agen pemasaran untuk meningkatkan distribusi produk. 2. Membangun website e-commerce sederhana yang ramah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah saluran distribusi baru yang berhasil dibangun 2. Presentse peningkatan dalam volume penjualan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penambahan saluran distribusi baru 2. Peningkatan jumlah produk terjual

No	Solusi	Target Luaran	Indikator Pencapaian	Target
		literasi untuk memperluas pasar produk. Perubahan tampilan produk, kualitas lebah serta tempat pakan domba.		
3	Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Keuangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelatihan kepada anggota kelompok mengenai pencatatan keuangan usaha dan pembuatan rencana keuangan. 2. Tersusunnya dokumen tertulis terkait pengelolaan keuangan, meliputi: Buku kas, Buku besar, Laporan Posisi Keuangan, Laporan laba rugi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persentase Pengurus dan anggota yang dapat menyusun laporan keuangan 2. Persentase pengurus dan anggota yang memiliki rencana keuangan yang jelas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengurus dan anggota mampu membuat laporan keuangan sederhana 2. Pengurus dan anggota memiliki rencana keuangan yang terkelola.

Metode pelaksanaan yang dijelaskan pada tabel dijalankan dengan melibatkan tim pengusul dan mitra, dengan tahapan sebagai berikut :

1. Tahapan Persiapan dan Koordinasi Awal

Kegiatan:

- a. Pertemuan awal dengan mitra untuk menyepakati ruang lingkup kegiatan.
- b. Identifikasi lebih mendalam terhadap kebutuhan mitra dalam aspek pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan teknologi informasi.

Partisipasi Mitra:

- c. Mitra aktif dalam memberikan data kondisi usaha saat ini dan permasalahan utama yang dihadapi.
- d. Menyepakati agenda kegiatan dan komitmen kehadiran anggota

2. Tahapan Pelatihan Teknologi Informasi dan Pemasaran Digital

Kegiatan

- a. Pelatihan pembuatan konten pemasaran, penggunaan media sosial, serta pembuatan akun marketplace (Tokopedia, Shopee, dll).
- b. Pelatihan dasar penggunaan website ecommerce.

Partisipasi Mitra:

- a. Mengikuti pelatihan secara langsung.
- b. Menyiapkan data produk dan konten untuk didigitalisasi
- c. Menunjuk perwakilan anggota yang bertanggung jawab mengelola akun

3. Pelatihan Pengelolaan Keuangan Usaha Tani

Kegiatan:

- a. Pengenalan teknik pembukuan sederhana (pemasukan, pengeluaran, dan stok barang).

- b. Pengenalan aplikasi keuangan berbasis Google Sheet dan Microsoft Excel.
Partisipasi Mitra:
 - a. Mencatat transaksi usaha secara riil.
 - b. Mengisi format laporan keuangan secara berkala.
 - c. Mendiskusikan kesulitan dalam pengelolaan keuangan selama kegiatan.
- b. Implementasi Teknologi dan Pendampingan
Kegiatan:
 - a. Penerapan website ecommerce sebagai etalase digital.
 - b. Pendampingan pengelolaan konten media sosial.
 - c. Pendampingan pencatatan keuangan usaha tani secara digital/manual.
Partisipasi Mitra:
 - a. Melaksanakan praktik langsung di bawah bimbingan tim pengabdian.
 - b. Mengelola akun media digital secara mandiri dengan supervisi.
 - c. Mempraktikkan pembukuan dan melaporkan hasilnya.
4. Pendampingan Kegiatan:
 - a. Evaluasi capaian kegiatan secara kualitatif dan kuantitatif.
 - b. Penyusunan laporan dampak kegiatan.
 - c. Penyusunan rencana keberlanjutan program oleh mitra. Partisipasi Mitra:
 - d. Menyampaikan umpan balik terhadap kegiatan.

HASIL KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersama Kelompok Tani Hutan (KTH) Sadar Tani Muda Desa Bojong Murni telah menghasilkan peningkatan nyata pada aspek pemasaran dan manajemen usaha. Melalui pelatihan dan pendampingan digital marketing, mitra mampu memanfaatkan media sosial, website, serta platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar. Dampaknya terlihat dari peningkatan jumlah pengunjung halaman produk dan terdapat kenaikan penjualan sebdalam kurun waktu enam hingga tujuh bulan setelah implementasi strategi pemasaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi mampu mendorong daya saing kelompok tani secara signifikan.

Selain itu, pada aspek manajemen usaha, kegiatan pelatihan pembukuan sederhana memberikan hasil positif dalam meningkatkan literasi keuangan anggota kelompok. Sebanyak melaporkan peningkatan pemahaman dalam pencatatan pemasukan dan pengeluaran, serta di antaranya telah mampu menyusun laporan keuangan bulanan secara mandiri. Dampak langsung dari penerapan sistem pembukuan yang lebih terstruktur adalah adanya pengurangan biaya operasional hdn peningkatan margin keuntungan rata-rata dalam enam bulan setelah pelatihan. Hal ini menegaskan bahwa pengelolaan keuangan yang baik menjadi fondasi penting dalam menjaga keberlanjutan usaha tani.

Kegiatan pengabdian ini juga memberikan kontribusi pada peningkatan kapasitas mitra dalam hal branding, keterlibatan pelanggan, serta pengambilan keputusan berbasis data. Pendampingan berkelanjutan yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa mendorong kelompok tani untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar sekaligus mampu membangun sistem usaha yang mandiri. Selain manfaat langsung bagi kelompok tani, kegiatan ini juga mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan, terutama dalam mengurangi kesenjangan ekonomi desa-kota, memperkuat infrastruktur usaha berbasis teknologi, dan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa.

Profil Responden

Hasil kuesioner yang dibagikan kepada anggota, berikut deskripsi responden yang mengisi kuesioner dalam pengabdian masyarakat ini dapat dibuat perhitungan berikut:

Tabel 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Karakteristik

Karakteristik	Frekuensi	Prosentase
Berdasarkan Jenis Kelamin		
Laki-Laki	35	70%
Perempuan	15	30%
Berdasarkan Usia		
17-20 Tahun	17	34%
21-30 Tahun	15	30%
31-40 Tahun	12	24%
41-50 Tahun	4	8%
51-60 Tahun	2	4%
Berdasarkan Pendidikan		
SD	5	10%
SMP	16	32%
SMA	26	52%
D3	2	4%
S1	1	2%

Berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelamin, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki sebanyak 35 orang (70%), sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 15 orang (30%). Hal ini menunjukkan adanya dominasi partisipasi responden laki-laki dibandingkan perempuan. Dari segi usia, distribusi responden paling banyak berada pada rentang 17–20 tahun sebanyak 17 orang (34%), disusul kelompok usia 21–30 tahun dengan jumlah 15 orang (30%), kemudian 31–40 tahun sebanyak 12 orang (24%), kelompok usia 41–50 tahun sebanyak 4 orang (8%), serta kelompok usia 51–60 tahun sebanyak 2 orang (4%). Dengan demikian, mayoritas responden berada pada kategori usia muda produktif. Jika ditinjau dari tingkat pendidikan, mayoritas responden adalah lulusan SMA yaitu sebanyak 26 orang (52%), kemudian lulusan SMP sebanyak 16 orang (32%), lulusan SD sebanyak 5 orang (10%), lulusan D3 sebanyak 2 orang (4%), serta lulusan S1 sebanyak 1 orang (2%). Data ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan menengah, dengan proporsi kecil yang telah menempuh pendidikan tinggi.

Persepsi Responden

Analisis statistik deskriptif meliputi perhitungan nilai rata-rata (mean), frekuensi, standar deviasi, serta ukuran lainnya yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik deskriptif dari setiap variabel, yaitu tata kelola, pemahaman kewirausahaan, dan pemanfaatan teknologi. Berdasarkan indikator yang telah ditetapkan, disusun instrumen penelitian dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban, yaitu: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, dan (5) Sangat Setuju. Selanjutnya, ditentukan rentang (range) dengan rumus $R = \text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah} = 5 - 1 = 4$. Interval kelas diperoleh dengan membagi range tersebut dengan jumlah kategori jawaban, yaitu $4/5 = 0,84/5 = 0,84/5 = 0,8$. Dengan demikian, dapat disusun indeks jawaban responden sebagaimana ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4 Kategori Indeks Jawaban Responden

No	Skor Interbal	Keterangan
1	1.00 - 1.80	Sangat Rendah
2	1.81 - 2.61	Rendah
3	2.62 - 3.42	Netral
4	3.43 - 4.23	Tinggi
5	4.23 - 5.00	Sangat Tinggi

Tabel 5 Indeks Jawaban Responden Variabel Pemasaran Digital

Pernyataan	Skala					Mean	Kategori
	1	2	3	4	5		
Saya memahami manfaat pemasaran digital bagi peningkatan penjualan produk hasil tani.	0	0	3	20	27	4.18	Tinggi
Saya mengetahui perbedaan strategi pemasaran tradisional dan digital.	0	0	3	22	25	4.20	Tinggi
Saya percaya pemasaran digital dapat memperluas pasar produk KTH ke luar daerah.	0	0	5	25	20	4.33	Sangat Tinggi
Saya mampu menggunakan Instagram/Facebook/TikTok untuk mempromosikan produk KTH.	0	2	8	25	15	4.31	Sangat Tinggi
Saya mengetahui cara membuat konten menarik (foto/video) untuk promosi produk.	0	2	8	24	16	4.10	Tinggi
Saya mampu membalas pesan/komentar pelanggan melalui media sosial.	0	2	7	23	18	4.12	Tinggi
Saya mengetahui cara membuat akun toko di marketplace (Shopee, Tokopedia, dll).	0	2	7	21	20	4.10	Tinggi
Saya mampu mengunggah produk dengan deskripsi dan harga yang jelas di marketplace.	0	2	7	19	22	4.08	Tinggi
Saya memahami manfaat memiliki website sederhana untuk memperkenalkan produk KTH.	0	0	3	21	26	4.10	Tinggi
Saya percaya kemasan produk yang menarik akan meningkatkan minat pembeli.	0	0	1	19	30	4.12	Tinggi
Saya yakin pemasaran digital dapat meningkatkan pendapatan anggota KTH.	0	0	1	19	30	4.15	Tinggi

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel, diketahui bahwa penilaian terhadap variabel pemasaran digital memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 4,16, yang termasuk dalam kategori tinggi. Nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “*Saya mampu mengunggah produk dengan deskripsi yang menarik di marketplace*” dengan skor 4,08, sehingga masih berada pada kategori tinggi. Sementara itu, nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “*Saya percaya pemasaran digital dapat memperluas jangkauan usaha saya*” dengan skor 4,33, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pemahaman dan penerapan yang baik dalam aspek pemasaran digital, meskipun terdapat variasi penilaian pada masing-masing indikator.

Tabel 6 Indeks Jawaban Responden Variabel Teknologi Informasi

Pernyataan	Skala					Mean	Kategori
	1	2	3	4	5		
Dalam menyusun laporan kinerja saya telah menggunakan teknologi informasi dalam bisnis saya.	0	0	5	25	20	4.19	Tinggi
Saya memiliki e-mail khusus untuk mengelola usaha.	0	0	10	25	5	4.01	Tinggi
Saya menggunakan website yang menjelaskan tentang produk usaha saya	0	0	8	23	19	4.06	Tinggi
Saya memberikan layanan yang membuat konsumen dapat melakukan pemesanan melalui internet.	0	2	8	23	17	4.02	Tinggi
Saya menggunakan teknologi informasi dalam penyusunan laporan keuangan	0	2	9	23	16	4.05	Tinggi
Saya telah memiliki akun sosial media untuk mengelola bisnis.	0	2	8	25	15	4.10	Tinggi
Teknologi Informasi membantu saya dalam meningkatkan pertukaran informasi dengan konsumen.	0	2	7	21	20	4.25	Sangat Tinggi
Teknologi Informasi membantu saya untuk memperluas jangkauan bisnis.	0	2	7	22	19	4.08	Tinggi
Teknologi Informasi membantu saya untuk mengurangi biaya promosi	0	0	0	15	35	4.30	Sangat Tinggi
Jumlah Aplikasi / Perangkat Lunak Yang Digunakan Software yang dimanfaatkan/dimiliki telah memadai.	0	0	8	24	18	4.10	Tinggi
software atau teknologi informasi yang digunakan/dimanfaatkan mudah diaplikasikan	0	0	4	25	21	4.12	Tinggi

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel pemanfaatan teknologi informasi memperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,11, yang termasuk dalam kategori tinggi. Nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan “Saya memiliki e-mail khusus untuk mengelola usaha” dengan skor 4,01, meskipun demikian masih masuk dalam kategori tinggi. Sementara itu, nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “Teknologi informasi membantu saya untuk mengurangi biaya promosi” dengan skor 4,30, yang dikategorikan sangat tinggi. Selain itu, terdapat pula indikator lain yang memperoleh nilai tinggi, seperti pernyataan “Saya telah menggunakan teknologi informasi dalam menyusun laporan kinerja” dengan skor 4,19, “Saya memiliki akun media sosial untuk mengelola bisnis” dengan skor 4,10, serta “Software atau teknologi informasi yang digunakan/dimanfaatkan mudah diaplikasikan” dengan skor 4,12. Menariknya, indikator “Teknologi informasi membantu saya dalam meningkatkan pertukaran informasi dengan konsumen” memperoleh skor 4,25, yang juga termasuk kategori sangat tinggi.

Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat pemanfaatan teknologi informasi yang baik dalam menjalankan aktivitas usaha.

Teknologi informasi terbukti membantu responden tidak hanya dalam pengelolaan administrasi dan komunikasi, tetapi juga dalam aspek efisiensi biaya promosi serta peningkatan interaksi dengan konsumen

Tabel 7 Indeks Jawaban Responden Variabel Keuangan

Pernyataan	Skala					Mean	Kategori
	1	2	3	4	5		
Saya memahami pentingnya pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha.	0	0	2	25	22	4.20	Tinggi
Saya mengetahui manfaat laporan keuangan sederhana bagi pengembangan usaha.	0	0	2	23	25	4.38	Sangat Tinggi
Saya percaya laporan keuangan membantu melihat keuntungan dan kerugian usaha.	0	0	5	24	21	4.15	Tinggi
Saya mampu mencatat transaksi usaha harian secara rapi.	0	1	7	22	20	4.10	Tinggi
Saya mampu menyusun laporan keuangan sederhana (pemasukan, pengeluaran, laba/rugi).	0	2	10	22	16	4.18	Tinggi
Saya mengetahui cara memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha.	0	0	2	25	23	4.25	Sangat Tinggi
Saya mengetahui cara menggunakan aplikasi sederhana (Excel/Google Sheet) untuk pencatatan keuangan	0	1	7	20	22	4.30	Sangat Tinggi
Saya mampu menghitung harga pokok produksi (HPP) untuk menentukan harga jual produk.	0	3	10	22	15	4.29	Sangat Tinggi
Saya mampu merencanakan penggunaan laba untuk pengembangan usaha KTH.	0	0	7	23	20	4.22	Tinggi
Saya mengetahui pentingnya menabung atau menyisihkan keuntungan usaha.	0	0	10	17	23	4.30	Sangat Tinggi
Saya berkomitmen untuk menerapkan pencatatan keuangan setelah pelatihan PKM.	0	0	3	24	23	4.20	Tinggi

Sumber: Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas pada data tersebut, dapat diketahui bahwa variabel tata kelola keuangan usaha memperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,23 yang termasuk dalam kategori tinggi. Nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator kemampuan mencatat transaksi usaha harian secara rapi dengan skor 4,10 yang masih berada pada kategori tinggi. Sementara itu, nilai rata-rata tertinggi dicapai pada indikator pemahaman manfaat laporan keuangan sederhana bagi pengembangan usaha dengan skor 4,38 yang termasuk kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa para responden memiliki tingkat pemahaman dan kesadaran yang baik terhadap pentingnya pengelolaan keuangan usaha, meskipun masih diperlukan peningkatan keterampilan praktis terutama dalam hal pencatatan transaksi harian secara sistematis.

PENUTUP

Pelaksanaan Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) bersama Kelompok Tani Hutan (KTH) Sadar Tani Muda bertujuan untuk meningkatkan kapasitas anggota kelompok dalam pengelolaan usaha tani, baik dari aspek pemanfaatan teknologi informasi, pemasaran digital, maupun pengelolaan keuangan sederhana. Namun dalam

pencapaiannya, kelompok masih menghadapi sejumlah kendala seperti keterbatasan pemahaman penggunaan teknologi, belum optimalnya pemanfaatan media sosial dan marketplace untuk memperluas pemasaran, serta minimnya keterampilan pencatatan keuangan yang terstruktur. Melalui kegiatan pendampingan yang dilakukan, program ini berhasil memberikan kontribusi nyata bagi KTH Sadar Tani Muda dengan terbentuknya sistem pencatatan keuangan sederhana menggunakan aplikasi Excel/Google Sheet, pengelolaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai sarana promosi, serta pembangunan website sederhana untuk memperluas akses pasar. Selain itu, anggota kelompok mulai memahami teknik perencanaan keuangan usaha, mampu mengelola pencatatan transaksi harian, dan menyusun laporan sederhana sebagai dasar pengembangan usaha.

Dampak dari kegiatan ini mulai terlihat dengan meningkatnya pengetahuan dan kesadaran anggota terhadap pentingnya tata kelola usaha berbasis teknologi, semakin berkembangnya strategi pemasaran digital, serta terbukanya peluang pasar baru bagi produk lebah madu dan ternak kambing/domba. Hal ini sejalan dengan tujuan program yang mendorong kemandirian, keberlanjutan usaha, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Ke depan, kegiatan pendampingan semacam ini masih sangat diperlukan, baik dari sisi pengurus maupun anggota kelompok. Hal ini dikarenakan masih adanya keterbatasan dalam penggunaan komputer/laptop, belum optimalnya pemanfaatan media digital, serta perlunya penguatan berkelanjutan dalam pengelolaan keuangan. Dengan kesinambungan pendampingan, diharapkan KTH Sadar Tani Muda dapat semakin berkembang, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengelolaan usaha yang profesional dan berbasis teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pusat Statistik. Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2023. Jakarta: BPS; 2023.
- [2] Hermawan Y, Listari S, Cahyani N. Peningkatan Usaha Kelompok Tani Hutan Sadar Tani Muda melalui Pemanfaatan Teknologi, Pemasaran Digital, dan Keuangan. Proposal Pengabdian. Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan; 2025.
- [3] Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. Pembangunan Desa Berkelanjutan dan SDGs Desa. Jakarta: Kemendes PDTT; 2021.
- [4] Sutanto A, Widodo S. Digital marketing strategy for agricultural products: Case study of farmer groups in Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. 2021;9(2):134–145.
- [5] Nurhayati E, Firmansyah A. Literasi keuangan dan keberlanjutan usaha tani di pedesaan. *Jurnal Ekonomi Pertanian*. 2020;8(1):45–56.
- [6] Hidayat R, Ramadhan T, Yusuf M. Penerapan sistem pembukuan sederhana berbasis digital pada UMKM pedesaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 2022;24(1):67–78.
- [7] Pratama B, Nugroho D. Pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan pemasaran produk lokal desa. *Jurnal Sosial Humaniora*. 2021;13(3):201–210.
- [8] Lestari N. Pendampingan kelompok tani melalui teknologi informasi untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2022;6(2):88–97.
- [9] Kementerian PPN/Bappenas. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020–2024. Jakarta: Bappenas; 2020.