

## **Pengembangan Kelompok Wanita Tani Melati melalui Strategi Bisnis Manajemen**

**Guruh Ghifar Zalzalalah<sup>1</sup>, Fikri Farhan<sup>2</sup>, Inayat Hanum Indriarti<sup>3</sup>, Natalia Ratna Ningrum<sup>4</sup>, Fitri Susilowati<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas PGRI Yogyakarta, Indonesia

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Guruh Ghifar Zalzalalah

**E-mail:** [guruh@upy.ac.id](mailto:guruh@upy.ac.id)

### **Abstrak**

*Kelompok Wanita Tani (KWT) menjadi pendorong penting dalam meningkatkan kesadaran dan inovasi di kalangan petani, serta berkontribusi pada peningkatan hasil lahan dan produktivitas tanaman, baik bagi anggota maupun masyarakat sekitar. KWT Melati didirikan untuk memberikan wadah bagi perempuan, khususnya ibu rumah tangga, untuk berpartisipasi dalam kegiatan pertanian dan meningkatkan keterampilan serta pengetahuan mereka. Permasalahan yang sering dihadapi oleh pengembangan SDM dan operasional yang belum memadai. Metode kegiatan pelayanan, seperti ruang lingkup dan sasaran kegiatan, lokasi pelaksanaan kegiatan, bentuk dan tahapan kegiatan, serta tahapan kegiatan. Secara umum, pengabdian ini dilakukan dalam tiga tahap: 1) tahap persiapan, 2) tahap pelaksanaan, dan 3) tahap evaluasi. Evaluasi yang kami lakukan selama memberikan pelatihan menunjukkan bahwa strategi pengembangan KWT Melati melalui pemasaran dan keuangan membantu meningkatkan kualitas SDM dan operasional KWT Melati.*

**Kata kunci** – manajemen bisnis, pemasaran, SDM, keuangan, Kelompok Wanita Tani.

### **Abstract**

*Women Farmers Group (KWT) is an important driver in increasing awareness and innovation among farmers, and contributing to increasing land yields and crop productivity, both for members and the surrounding community. KWT Melati was established to provide a forum for women, especially housewives, to participate in agricultural activities and improve their skills and knowledge. Problems often faced by inadequate human resource development and operations. Service activity methods, such as the scope and targets of activities, location of activity implementation, forms and stages of activities, and stages of activities. In general, this service is carried out in three stages: 1) preparation stage, 2) implementation stage, and 3) evaluation stage. The evaluation that we conducted during the training showed that the KWT Melati development strategy through marketing and finance helped improve the quality of human resources and operations of KWT Melati.*

**Keywords** - business management, marketing, human resource management, finance, women farmers group

## **PENDAHULUAN**

Di era globalisasi saat ini, perkembangan pesat terjadi di berbagai sektor kehidupan, termasuk peran perempuan dalam sektor pertanian yang menjadi salah satu fokus utama. Menurut Rusli, Permadi, dan Haryono (2022), kehadiran Kelompok Wanita Tani (KWT) menjadi pendorong penting dalam meningkatkan kesadaran dan inovasi di kalangan petani, serta berkontribusi pada peningkatan hasil lahan dan produktivitas tanaman, baik bagi anggota maupun masyarakat sekitar. KWT Melati didirikan untuk memberikan wadah bagi perempuan, khususnya ibu rumah tangga, untuk berpartisipasi dalam kegiatan pertanian dan meningkatkan keterampilan serta pengetahuan mereka (Senjawati et al., 2022). Mayoritas penduduk yang berprofesi sebagai petani sehingga pembentukan kelompok KWT bertujuan untuk meningkatkan produktivitas pertanian dan menciptakan nilai tambah dari hasil pertanian yang dikelola secara kolektif. Selain itu, KWT merupakan forum yang efektif dan bermanfaat bagi asosiasi untuk membantu dalam pengelolaan serta pemasaran produk pertanian yang dihasilkan oleh berbagai perkembangan atau inovasi (Susilowati et al., 2022). KWT dinilai memiliki peran strategis dalam mengurangi angka kemiskinan dan kemiskinan. Sebagai bagian dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), KWT membutuhkan dukungan berkelanjutan dari pemerintah. Dukungan tersebut penting untuk memperkuat kontribusi UMKM sebagai pilar utama dalam membangun perekonomian nasional, sehingga mereka dapat berpartisipasi secara optimal (Fitriyana et al., 2024). UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) merupakan usaha yang membantu perekonomian Indonesia (Dwiputra & Barus, 2022). UMKM dapat membentuk lapangan kerja baru yang menghasilkan tenaga kerja serta meningkatkan sumber daya Negara dengan pajak badan usaha. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) secara jelas mendefinisikan ketiga jenis usaha tersebut. Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai Usaha Mikro. Sedangkan, Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang mandiri, tidak berafiliasi dengan usaha menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung. Usaha Menengah, sementara itu, juga merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan tidak berafiliasi dengan Usaha Kecil atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memenuhi kriteria Usaha Menengah (Yolanda, 2024).

KWT Melati Dusun Bodon Kalurahan Jagalan telah berhasil dalam mengelola hasil tanaman dan memproduksi produk UMKM, masih terdapat dua kekurangan yang perlu diperbaiki. Pertama, dalam aspek operasional belum optimal dalam memanfaatkan teknologi, seperti penggunaan QR code/barcode untuk memberikan informasi tentang jenis tanaman yang terdapat KWT Melati. Kedua, Dari sisi keuangan masih menghadapi kendala karena pencatatan keuangan yang belum tersusun dengan baik. Masalah ini merupakan tantangan serius yang dapat menghambat pemantauan serta pengelolaan keuangan secara efisien. Oleh karena itu, pengaturan penyusunan buku keuangan agar lebih teratur menjadi langkah krusial untuk memastikan kelangsungan usaha sekaligus mendukung pertumbuhan yang berkesinambungan. Sehingga tujuan program pengabdian ini adalah untuk mengembangkan Kelompok Wanita Tani (KWT) Melati dalam bidang pengembangan melalui program pemasaran dan keuangan agar nantinya Kelompok Wanita Tani bisa beroperasi secara efektif dan efisien.

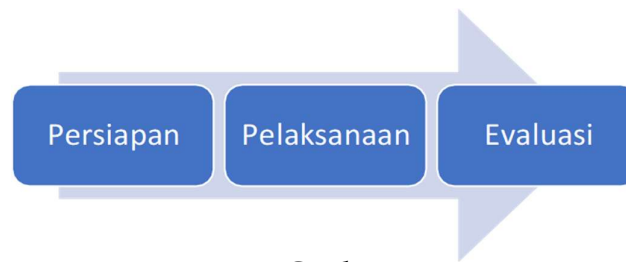
## **METODE**

Bagian ini akan menjelaskan Metode kegiatan pengabdian seperti ruang lingkup dan objek kegiatan, tempat pelaksanaan kegiatan, bentuk dan tahapan kegiatan, tahapan kegiatan. Kegiatan Pengabdian ini dilaksanakan selama kurang lebih 1 bulan dimulai 5 September 2024 sampai dengan 30 Oktober 2024 yang dilaksanakan mulai dari hari Senin sampai dengan Minggu. Secara umum pengabdian ini dilakukan dalam tiga tahap, 1) tahap persiapan, 2) tahap pelaksanaan, dan 3) tahap evaluasi. Tahap persiapan merupakan tahapan dimana pengabdian melakukan observasi dan wawancara untuk menggali lebih dalam terkait permasalahan yang terjadi pada KWT Melati. Tahapan

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

pelaksanaan dilakukan setelah pengabdian melakukan analisis terkait solusi-solusi yang akan dilakukan di KWT Melati.



**Gambar 1.**  
Tahapan Kegiatan

Tahapan terakhir adalah tahapan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pelatihan ini meningkatkan pemahaman peserta tentang permasalahan yang mereka hadapi, serta kemampuan mereka dalam memanfaatkan pemasaran dan keuangan untuk mengembangkan KWT Melati. Pada tahapan ini pengabdian juga meminta umpan balik dari mitra tentang proses pengabdian yang telah dilaksanakan. Singkatnya, pada tahap ini pengabdian dan mitra saling memberikan masukan dan saran terkait proses pelaksanaan pengabdian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

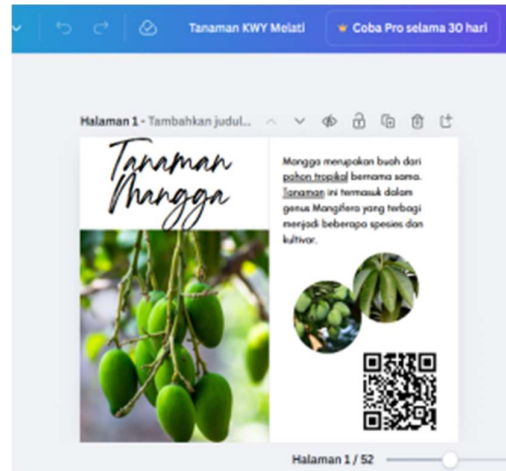
Beberapa kegiatan yang kami lakukan untuk memenuhi wawasan, pengalaman dan pengetahuan serta membantu KWT Melati adalah sebagai berikut:

### 1. Bagian Operasional

Manajemen operasional merupakan pengelolaan semua faktor produksi menjadi berbagai macam produk dan jasa. Menurut Heizer dan Rander (2004) jika manajemen operasional adalah rangkaian kegiatan yang menghasilkan sebuah nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah suatu input menjadi output yang bermanfaat. Manajemen operasional mempunyai berbagai tujuan, manfaat, dan fungsi yang dapat meningkatkan aktivitas manajemen suatu perusahaan atau organisasi. Berikut beberapa kegiatan manajemen operasional yang dilakukan untuk meningkatkan efektivitas Kelompok Wanita Tani Melati (KWT Melati), yaitu:

#### a) Membuat *barcode* tanaman

Digitalisasi merupakan kegiatan merubah informasi analog atau manual menjadi informasi dengan format digital. KWT Melati memiliki banyak sekali jenis tanaman dari sayuran, buah-buahan, dan juga tanaman obat. Pembuatan *barcode* pada tanaman membantu pengurus, pengelola dalam mengetahui jenis dan manfaat tanaman yang berada di lokasi (Fitri et al., 2024). Informasi yang diberikan dalam label nama tanaman di KWT Melati belum memuat informasi yang dibutuhkan, hanya berisikan foto dan nama tanaman saja. Setelah berdiskusi dengan pak Basuki (perwakilan Kalurahan Jagalan) terkait digitalisasi, kami sepakat untuk membuat *barcode* untuk semua tanaman yang ada. *Barcode* ini berisikan informasi terkait nama, manfaat, dan penjelasan terkait tanaman tersebut. Tujuan dari pembuatan *barcode* ini adalah untuk memudahkan pengunjung untuk mencari informasi terkait tanaman tersebut. Proses pembuatan *barcode* kurang lebih memakan waktu 2-3 minggu. *Barcode* ini juga digunakan dalam acara Festival Lumbung Pangan dan itu sangat membantu saat pengunjung ingin mengetahui informasi lebih lanjut terkait tanaman yang dipamerkan.



Gambar 2.  
Pembuatan Barcode Taman

b) Pembuatan media tanam pot

Media tanam merupakan media yang memiliki fungsi untuk memberikan nutrisi, mineral, air, vitamin, dan memberikan berbagai kandungan yang dibutuhkan oleh tanaman agar akar menjalankan perannya dengan maksimal. Terdapat berbagai jenis media tanam seperti media tanam kapas, styrofoam, kapas, hydroton, dan masih banyak lagi salah satunya pot. Media tanam yang dibuat di Kelompok Wanita Tani ini memanfaatkan barang yang sudah tidak terpakai, terutama galon minum yang sudah tidak terpakai. Pemanfaatan galon bekas sebagai media bercocok tanam menjadi salah satu solusi dalam mengurangi limbah plastik. Galon tersebut dibagi menjadi dua bagian, selanjutnya dibersihkan, bagian bawah galon diberi lubang sebagai jalan keluarnya air, dan terakhir galon diberi warna agar lebih menarik. Media tanam ini akan digunakan sebagai tempat untuk menanam cabe dan juga tanaman yang memiliki tangkai yang panjang.



Gambar 3.  
Pembuatan dan Pengecatan Pot Tanaman

2. Bagian Pemasaran

Manajemen merupakan seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan dari sumber daya manusia untuk menciptakan tujuan yang telah ditetapkan (Suchyowati, 2017). Sedangkan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang

bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai (Kotler & Amstrong, 2017). Menurut Kotler & Keller (2016) jika manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraihnya, mempertahankan, serta menumbuhkan konsumen baru dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang unggul. Jadi manajemen pemasaran adalah proses dalam menganalisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian atas program yang telah didesain untuk menciptakan, membangun, dan menjaga pertukaran yang menguntungkan. Manajemen pemasaran memiliki berbagai tujuan, manfaat, dan fungsi yang digunakan dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan atau organisasi. Pemasaran memiliki variabel yang berkesinambungan yang dikenal dengan 5P yaitu *product, price, promotion, place, and people*.

Promosi merupakan jenis komunikasi yang menjelaskan tentang bagaimana cara untuk meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa (Alma, 2000). Menurut Tjiptono (2014) Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran dengan menyampaikan informasi kepada konsumen dengan cara menawarkan produk baru agar konsumen melaksanakan kegiatan pembelian (Hermawan, 2012). Adapun kegiatan promosi yang dilakukan berupa:

a) Mengikuti Acara “Pasar Lawas Mataram”

Pada 20-22 September 2024 terdapat acara bernama “Pasar Lawas Mataram 2024” yang diselenggarakan di sekitar Masjid Gedhe Mataram. Acara pasar lawas ini dilaksanakan setiap setahun sekali dengan tema yang berbeda, tema pasar lawas tahun ini adalah “Tepung-Srawung-Dunung” dengan melibatkan banyak UMKM dengan berbagai macam hal berbau tradisional dari makanan hingga mainan yang dijual. Banyak UMKM yang terlibat dalam acara pasar lawas ini, salah satunya KWT Melati. Disini KWT Melati menawarkan minuman kesehatan khas Jawa yaitu jamu, terdapat berbagai jenis jamu yang ditawarkan seperti jamu kunyit dan jamu jahe. Jamu ini dapat diminum langsung di tempat menggunakan batok kelapa atau bisa dibawa pulang menggunakan botol dan cup. Selain jamu sebagai produk utama, KWT Melati juga menawarkan keripik bayam Brazil dan juga manisan belimbing wuluh. Kami membantu menjaga kedai KWT Melati di malam hari, yaitu dari pukul 20.00-22.00 malam.



Gambar 4.

Program Promosi melalui event Pasar Lawas

b) Mengikuti Acara “Gelar Budaya UMKM”

Dalam rangka memperingati HUT-79 Republik Indonesia, Kapanewon Bantul

mengadakan acara dengan tema “Gelar Budaya dan UMKM” yang dilaksanakan di beberapa Kapanewon di Bantul salah satunya di Kapanewon Banguntapan. Kegiatan ini diselenggarakan pada 7 September 2024 dari pukul 08.00 sampai malam. Jadwal menjaga stand dibagi menjadi 2 yaitu mahasiswa mendapatkan jadwal menjaga dan membantu di pagi hari yaitu dari jam 7-10 pagi sedangkan mahasiswi menjaga dari pukul 10-12 siang, untuk shift selanjutnya dilanjutkan oleh anggota KWT Melati.



**Gambar 5.**  
Program Promosi melalui event Gelar Budaya UMKM

c) Packaging

*Packaging* merupakan suatu proses pengemasan produk yang berfungsi melindungi produk agar tetap aman selama masa pengiriman ataupun penyimpanan. Dalam era globalisasi saat ini, kemasan mempunyai peran yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk (Widiati, 2019). Sehubungan dengan diadakannya pertemuan dengan Menteri Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang diwakilkan oleh Bapak Basuki selaku Ulu-Ulu Kalurahan Jagalan di Jakarta dalam acara meningkatkan UMKM di seluruh Indonesia. Kalurahan Jagalan membawa produk keripik bayam brazil sebagai contoh salah satu produk yang dihasilkan oleh UMKM Jagalan melalui KWT Melati. Kurang lebih 100 buah keripik yang dikemas dan akan dikirimkan ke Jakarta. Setelah selesai mengemas keripik bayam brazil dilanjutkan dengan mengemas manisan belimbing wuluh yang akan dijual dalam acara Gelar Budaya UMKM yang dilaksanakan di Kapanewon Bantul.



**Gambar 6.**  
Proses *Packaging*





- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing 17 e* (17 e). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Mangement* (15 ed.). Pearson Edition Limited.
- Lukman, S. (2009). Manajemen Keuangan Perusahaan (Konsep Aplikasi dalam Perencanaan, Pengawasan, dan Pengambilan Keputusan). In *Edisi baru, Jakarta: garfindo persada*.
- Martono, H., & Agus, D. (2005). Manajemen Keuangan (Jilid 1). In *Yogyakarta: Ekonisia*.
- Pasaribu, J. S. (2021). Perancangan Sistem Informasi Berbasis Web Pengelolaan Inventaris Aset Kantor Di Pt. Mpm Finance Bandung. *Jurnal Ilmiah Teknologi Infomasi Terapan*, 7(3), 229–241.
- Prayuti, Y., Atqia, D. Y., Fitriyani, A., Munawarah, U., Indriyani, M., & Agustina, A. (2023). Pemberdayaan kelompok wanita tani (kwt) anggrek desa jatisari melalui pelatihan dan pemanfaatan digitalisasi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 13(2), 283–290.
- Rusli, D., Permadi, C. Z., & Haryono, D. (2022). Pemberdayaan kelompok wanita tani (KWT) di Kelurahan Kahuripan. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(4), 469146.
- Senjawati, N. D., Herastuti, H., & Pratiwi, L. F. L. (2022). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Melalui Inovasi Olahan Produk Unggulan Lokal Desa Salamrejo Kabupaten Kulon Progo. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1).
- Sucahyowati, H. (2017). *Pengantar Manajemen: Sebuah Pengantar*. Wilis.
- Susilowati, T., Nuswantoro, M. A., & Susiatin, E. (2022). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani dalam Upaya Menumbuhkan Minat Wirausaha. *AMMA: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 36–42.
- Sutrisno, H. (2009). Manajemen keuangan teori, konsep dan aplikasi. In *Yogyakarta: Ekonosia*.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. In *Andi Offset*.
- Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) di “mas pack” terminal kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67–76.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>