

Akselerasi Penjualan Hasil Pertanian Melalui Platform Digital: Penerapan Aplikasi Tukang Sayur pada KWT Boga Lestari

Andrian Eko Widodo¹, Fanny Fatma Wati², Nadiyah Hidayati^{3*}, Erina Rahma⁴, Vivi Amellia⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Sipelem No.22, Kraton, Kec. Tegal Bar., Kota Tegal, Jawa Tengah, Indonesia 52112

*Alamat korespondensi: nadiyah.nyy@bsi.ac.id

(Diterima: 05-11-2025; Direvisi: 11-05-2026; Dipublikasi: 01-07-2026)

Abstrak

KWT (Kelompok Wanita Tani) Boga Lestari merupakan kelompok usaha mikro di bidang pertanian yang memiliki potensi besar dalam produksi sayur dan buah segar, namun masih menghadapi kendala dalam pemasaran, rendahnya literasi digital, serta ketergantungan pada metode penjualan konvensional. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital anggota KWT melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan aplikasi TukangSayur. Kegiatan ini melibatkan 30 peserta yang merupakan anggota KWT dengan latar belakang pendidikan yang beragam serta pengalaman dasar dalam penggunaan smartphone. Metode evaluasi yang digunakan adalah pre-test dan post-test, didukung dengan kuesioner skala Likert (1-5) yang terdiri dari 9 pernyataan, serta dianalisis menggunakan metode N-Gain untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan, di mana nilai rata-rata pre-test sebesar 54,64% meningkat menjadi 88,31% pada post-test. Nilai N-Gain berada pada rentang 79%-91%, yang termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan literasi digital, keterampilan pemasaran, serta kesiapan peserta dalam mengadopsi platform digital untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan potensi pendapatan.

Kata Kunci: KWT Boga Lestari, digitalisasi pertanian, pemasaran online, aplikasi tukang sayur, pemberdayaan perempuan

Abstract

The Boga Lestari Women Farmers Group (KWT) is a micro-enterprise group in the agricultural sector that has great potential in producing fresh vegetables and fruit, but still faces obstacles in marketing, low digital literacy, and dependence on conventional sales methods. This community service activity aims to improve the digital marketing skills of KWT members through training and mentoring in using the TukangSayur application. This activity involved 30 participants who are KWT members with diverse educational



backgrounds and basic experience in using smartphones. The evaluation method used was a pre-test and post-test, supported by a Likert scale questionnaire (1–5) consisting of 9 statements, and analyzed using the N-Gain method to measure the increase in participants' understanding. The results of the activity showed a significant increase in understanding, where the average pre-test score of 54.64% increased to 88.31% in the post-test. The N-Gain value was in the range of 79%–91%, which is included in the high category. This shows that the training provided is effective in improving digital literacy, marketing skills, and participants' readiness to adopt digital platforms to expand marketing reach and increase revenue potential.

Keywords: *KWT Boga Lestari, agricultural digitalization, online marketing, tukangsayur application, women's empowerment*

Pendahuluan

Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan salah satu bentuk pemberdayaan perempuan di sektor pertanian yang memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan pangan serta penguatan ekonomi keluarga di pedesaan (Azis & Suryana, 2023). Namun, banyak KWT yang masih menghadapi kendala dalam memasarkan hasil pertaniannya secara optimal. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas serta ketergantungan pada sistem penjualan konvensional yang kurang efisien dan rentan terhadap fluktuasi harga pasar lokal (Supriono et al., 2025; Widiasyih et al., 2024). Faktor lain yang turut memperburuk kondisi ini adalah rendahnya adopsi teknologi digital di kalangan petani perempuan, baik karena keterbatasan literasi digital maupun minimnya pelatihan berbasis teknologi tepat guna (Kurniawati et al., 2025; Prayuti et al., 2024).

KWT Boga Lestari, yang berlokasi di Jl. Pala Barat 3 Blok M, RT.08/RW.XIV, Griya Mejasem Baru, Mejasem Barat, Kecamatan Kramat, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah, memiliki potensi produksi sayuran dan bahan pangan segar yang cukup tinggi. Sayangnya, hasil pertanian mereka sering mengalami overstock dan kerugian akibat produk tidak terserap pasar tepat waktu. Hal ini terjadi karena pemasaran masih dilakukan secara manual, baik melalui pasar tradisional maupun penjualan langsung yang terbatas jangkauannya (Purwanto et al., 2022; Singh et al., 2023). Padahal, di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi telah terbukti mampu mendorong transformasi sistem pertanian menjadi lebih efisien dan terintegrasi dengan rantai pasok yang lebih luas (Budiastuti et al., 2023; Pamungkas et al., 2023). Lebih jauh lagi, integrasi petani ke dalam ekosistem e-commerce terbukti mendorong peningkatan efisiensi dan memperpendek rantai distribusi hasil pertanian (Morepje et al., 2024).

Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah digitalisasi pemasaran melalui platform aplikasi mobile. Aplikasi TukangSayur, sebagai platform digital yang menghubungkan petani langsung dengan konsumen, dapat menjadi alternatif strategis dalam mempercepat distribusi hasil pertanian, mengurangi risiko kerugian, serta meningkatkan pendapatan petani (Nungsiyati et al., 2022). Aplikasi ini

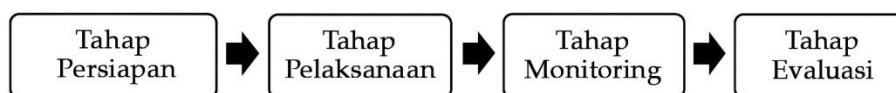
memungkinkan proses pemasaran, pemesanan, dan pengiriman dilakukan secara daring, yang dapat menjangkau konsumen lebih luas, termasuk di daerah perkotaan (Basri et al., 2024).

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menerapkan aplikasi *TukangSayur* sebagai media pemasaran digital bagi KWT Boga Lestari dalam rangka mengakselerasi penjualan hasil pertanian mereka. Penerapan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital anggota KWT, memperluas jaringan pasar, serta meningkatkan efisiensi rantai pasok produk pertanian. Program ini juga akan melibatkan pelatihan, pendampingan teknis, serta evaluasi berkala terhadap performa pemasaran digital yang dilakukan oleh KWT.

Kebaruan dari kegiatan ini terletak pada integrasi pendekatan komunitas berbasis gender (KWT) dengan platform digital lokal yang aplikatif. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang hanya fokus pada digitalisasi umum di sektor pertanian (Baharuddin et al., 2024), program ini mengedepankan pendekatan partisipatif dan inklusif yang langsung diterapkan pada kelompok tani wanita sebagai pelaku utama. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi, tetapi juga penguatan kapasitas teknologi perempuan tani di era digital. Pendekatan berbasis komunitas seperti ini penting karena banyak petani perempuan belum terbiasa dengan teknologi digital (Putri et al., 2025). Ketika platform digital dibuat sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lokal, partisipasi dan keberhasilannya jauh lebih tinggi (Santoso et al., 2024).

Metode

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat terdiri dari empat tahap yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan pihak KWT Boga Lestari untuk menggali kebutuhan dan kesiapan mitra terkait penggunaan aplikasi digital. Kegiatan ini mencakup survei awal, pengumpulan data mitra, serta pemetaan perangkat dan infrastruktur yang tersedia, seperti smartphone dan akses internet. Selain itu, disusun juga materi pelatihan yang disesuaikan dengan latar belakang dan kemampuan para anggota.

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan inti dilakukan melalui beberapa sesi pelatihan dan praktik langsung. Dimulai dengan pengenalan konsep pemasaran digital, kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi dan simulasi penggunaan aplikasi *TukangSayur*. Anggota KWT diajak langsung untuk membuat akun, mengunggah produk, mengatur harga,

dan memahami cara menerima pesanan. Selain itu, diberikan juga pelatihan tambahan mengenai pengemasan produk, pengelolaan stok, dan komunikasi dengan konsumen secara digital. Peserta dalam kegiatan ini adalah 30 anggota KWT Boga Lestari yang mayoritas merupakan perempuan dengan rentang usia produktif sekitar 25–55 tahun. Tingkat pendidikan peserta bervariasi dari SMP hingga SMA, dan sebagian besar telah memiliki pengalaman dasar dalam penggunaan smartphone, seperti penggunaan aplikasi pesan instan, namun belum terbiasa memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran.

3. Tahap monitoring

Setelah pelatihan, tim melakukan pemantauan berkala terhadap aktivitas KWT dalam menggunakan aplikasi dan menerapkan strategi pemasaran digital. Monitoring dilakukan baik secara langsung (kunjungan lapangan) maupun daring (melalui grup komunikasi), untuk melihat perkembangan dan kendala yang dihadapi mitra dalam praktik sehari-hari.

4. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan, baik dari segi pemahaman peserta, keterampilan teknis, maupun peningkatan penjualan. Tim akan mengumpulkan umpan balik dari mitra, menganalisis hasil penggunaan aplikasi, dan mengidentifikasi hal-hal yang masih perlu ditingkatkan. Evaluasi ini juga menjadi dasar dalam menyusun laporan akhir dan rencana keberlanjutan program ke depan.

Pelaksanaan monitoring dan evaluasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui beberapa langkah.

a. *Pre-test* dan *Post-test*

Pre-test diberikan sebelum pelatihan berlangsung untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta mengenai materi branding dan packaging. Setelah pelatihan selesai, dilakukan *post-test* guna menilai sejauh mana peningkatan pemahaman peserta.

b. Kuesioner Kepuasan

Peserta juga diminta mengisi kuesioner menggunakan skala 1 sampai 5, mulai dari “sangat tidak puas” hingga “sangat puas”, untuk menilai efektivitas pelatihan dari aspek materi, metode penyampaian, hingga manfaat yang mereka rasakan.

c. Analisis N-Gain (%)

Perhitungan N-Gain digunakan untuk melihat besarnya peningkatan pemahaman peserta terhadap setiap item pernyataan pada kuesioner secara lebih terukur.

Analisis data dilakukan menggunakan metode *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta, serta diperkuat dengan perhitungan N-Gain untuk mengukur efektivitas pelatihan. Rumus N-Gain yang digunakan adalah:

$$\text{N-Gain} = \frac{\text{Skor Posttest} - \text{Skor Pretest}}{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Pretest}} \times 100\%$$

Dengan kriteria interpretasi:

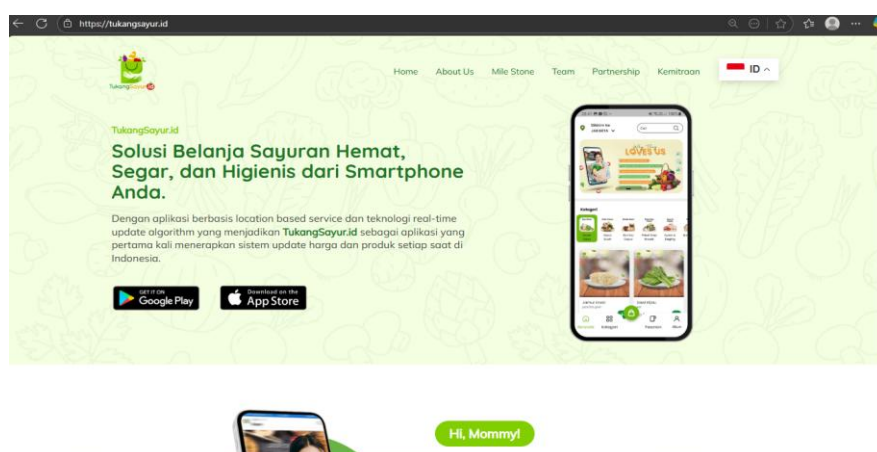
- $N\text{-Gain} < 40\%$ = rendah
- $40\% - 70\%$ = sedang
- 70% = tinggi

Selain itu, skor kuesioner dianalisis menggunakan total skor Likert, di mana nilai setiap pernyataan merupakan akumulasi dari seluruh responden. Dengan jumlah 30 responden dan skala maksimum 5, maka skor maksimum tiap item adalah 150, yang digunakan sebagai acuan dalam menginterpretasikan tingkat pemahaman dan kepuasan peserta.

Hasil dan Pembahasan

KWT Boga Lestari yang berlokasi di Mejasem Barat, Kabupaten Tegal, memiliki potensi produksi pertanian yang cukup beragam seperti kangkung, kacang panjang, cabai, mentimun, kacang tanah, wortel, dan tomat. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa KWT belum mampu memanfaatkan potensi tersebut secara optimal karena masih bergantung pada sistem penjualan konvensional dan belum memiliki akses pemasaran yang luas. Selain itu, pemahaman anggota terkait penggunaan platform digital masih terbatas, sedangkan proses pencatatan stok dan transaksi masih dilakukan secara manual sehingga kurang efisien.

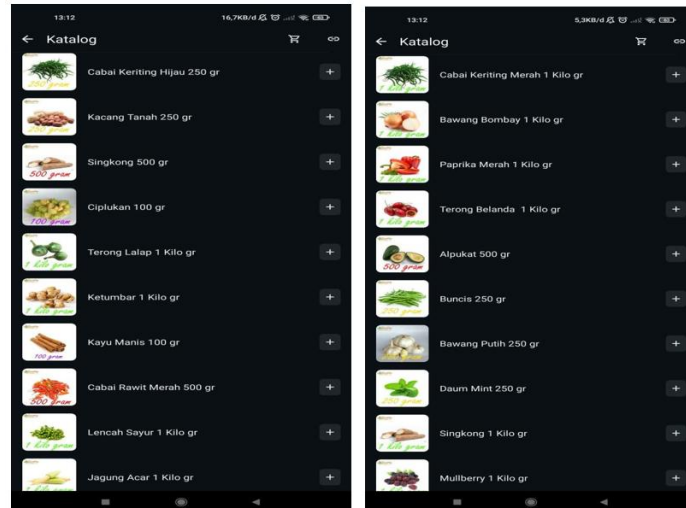
Pelaksanaan pelatihan “Akselerasi Penjualan Hasil Pertanian Melalui Platform Digital” memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital anggota KWT. Salah satu capaian penting adalah kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi Tukang Sayur sebagai sarana pemasaran langsung kepada konsumen. Peserta mampu mengunggah produk, mengatur katalog, serta memahami alur transaksi digital melalui aplikasi tersebut. Berikut pada Gambar 2 merupakan tampilan Platform Digital Aplikasi Tukang Sayur yang dapat digunakan oleh kelompok wanita tani boga lestari dalam memasarkan hasil pertaniannya.



Gambar 2. Platform Digital Aplikasi Tukang Sayur

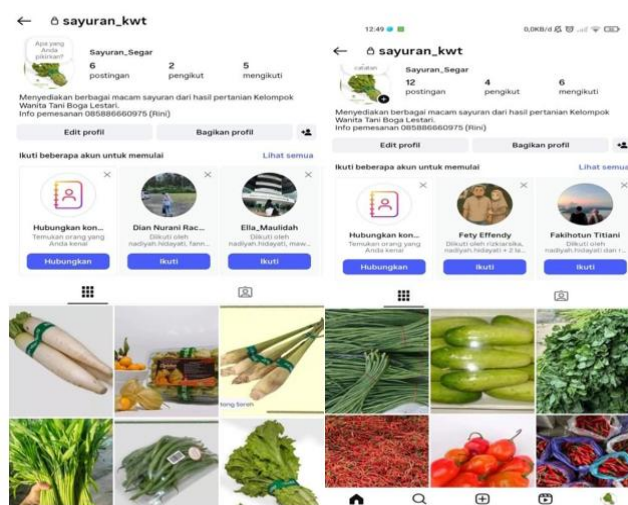
Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada pemanfaatan WhatsApp Business untuk kegiatan promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Melalui fitur katalog, pesan

otomatis, dan label pelanggan, anggota KWT mulai memahami bagaimana mengelola penawaran produk secara digital dan lebih terstruktur. Hasil implementasi WhatsApp Business dapat dilihat pada Gambar 3 yang digunakan untuk promosi.



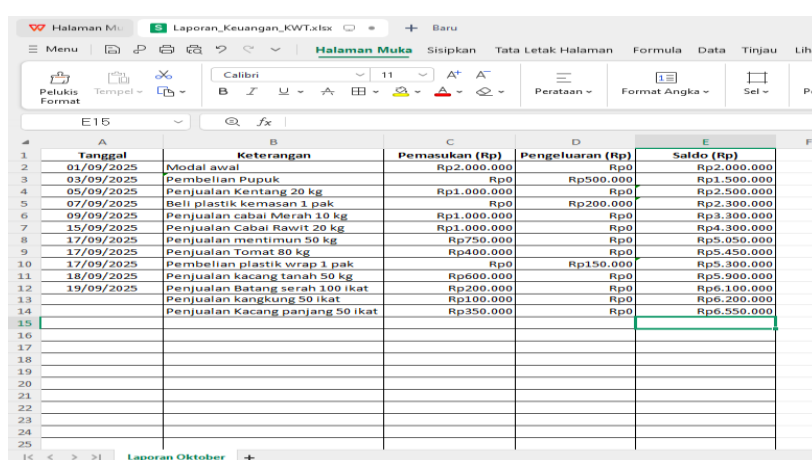
Gambar 3. Media Promosi Produk via WA Business

Selain menggunakan WhatsApp Business dan aplikasi Tukang Sayur, anggota KWT juga memanfaatkan Instagram sebagai media promosi digital. Melalui Instagram, produk hasil pertanian dapat dipasarkan secara lebih menarik dengan menampilkan foto dan video kegiatan panen, proses pengemasan, hingga testimoni pembeli. Platform ini membantu memperluas jangkauan promosi, membangun kepercayaan konsumen, serta meningkatkan daya tarik produk pertanian KWT Boga Lestari di kalangan masyarakat luas, khususnya generasi muda yang aktif di media sosial Instagram. Dengan hasil pelatihan pembuatan akun promosi media sosial instagram seperti Gambar 4.



Gambar 4. Media Promosi Produk via Instagram

Selain pelatihan penggunaan aplikasi digital untuk pemasaran seperti Tukang Sayur, WhatsApp Business, dan Instagram, kegiatan ini juga mencakup pendampingan dalam penyusunan sistem manajemen penjualan yang terintegrasi. Sebelumnya, proses pencatatan stok, pengemasan, pengiriman, dan transaksi di KWT Boga Lestari masih dilakukan secara manual dan belum tersusun rapi, sehingga menyulitkan pengelolaan usaha secara efisien ketika beralih ke sistem digital. Melalui pelatihan ini, peserta dibimbing untuk menyusun sistem pencatatan penjualan, stok, dan distribusi secara digital menggunakan Google Sheets atau aplikasi sederhana lainnya. Langkah ini diharapkan dapat membuat proses usaha menjadi lebih terorganisir, efisien, serta siap mendukung pengelolaan dan pemasaran hasil pertanian berbasis digital. Dengan hasil pelatihan penggunaan Google Sheet dalam Pencatatan Keuangan seperti pada Gambar 5.



Tanggal	Keterangan	Pemasukan (Rp)	Pengeluaran (Rp)	Saldo (Rp)
01/09/2025	Modal awal	Rp2.000.000	Rp0	Rp2.000.000
03/09/2025	Pembelian Pupuk	Rp0	Rp500.000	Rp1.500.000
05/09/2025	Penjualan kentang 20 kg	Rp1.000.000	Rp0	Rp2.500.000
07/09/2025	Beli plastik kemasan 1 pak	Rp0	Rp200.000	Rp2.300.000
09/09/2025	Penjualan cabai Merah 10 kg	Rp1.000.000	Rp0	Rp3.300.000
15/09/2025	Penjualan Cabai Rawit 20 kg	Rp1.000.000	Rp0	Rp4.300.000
17/09/2025	Penjualan mentimun 50 kg	Rp750.000	Rp0	Rp5.050.000
17/09/2025	Penjualan Tomat 80 kg	Rp400.000	Rp0	Rp5.450.000
17/09/2025	Pembelian plastik wrap 1 pak	Rp0	Rp150.000	Rp5.300.000
18/09/2025	Penjualan kacang tanah 50 kg	Rp600.000	Rp0	Rp5.900.000
19/09/2025	Penjualan Batang serai 100 ikat	Rp200.000	Rp0	Rp6.100.000
19/09/2025	Penjualan kangkung 50 ikat	Rp100.000	Rp0	Rp6.200.000
19/09/2025	Penjualan Kacang panjang 50 ikat	Rp350.000	Rp0	Rp6.550.000

Gambar 5. Pencatatan Keuangan di Google Sheet

Selain itu, kegiatan ini juga dilengkapi dengan hasil pengisian kuesioner oleh peserta yang mengikuti pelatihan. Kuesioner tersebut memuat beberapa indikator penilaian, antara lain persepsi peserta terhadap kualitas layanan panitia kegiatan, penilaian mengenai manfaat pelatihan, tingkat ketertarikan peserta apabila kegiatan serupa diadakan kembali, serta persepsi peserta terhadap pelaksanaan kegiatan secara keseluruhan. Kuesioner ini dirancang untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan “Akselerasi Penjualan Hasil Pertanian Melalui Platform Digital.”

Data yang diperoleh melalui kuesioner menggambarkan adanya peningkatan pemahaman dan kepuasan peserta dalam empat aspek utama, yaitu:

1. Pemahaman terhadap penggunaan platform digital, seperti aplikasi Tukang Sayur, WhatsApp Business, dan Instagram.
2. Kemampuan peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital untuk mempromosikan hasil pertanian secara lebih luas.
3. Dampak pelatihan terhadap kesiapan KWT dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan efisiensi penjualan.
4. Evaluasi pelaksanaan pelatihan, yang mencakup kepuasan peserta terhadap materi, penyampaian narasumber, serta manfaat pelatihan bagi kegiatan usaha.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebelum pelatihan dilaksanakan, rata-rata tingkat pemahaman peserta berada pada kategori “Baik” dengan skor pre-test sebesar 54,64%. Setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan yang cukup signifikan, di mana skor rata-rata post-test mencapai 88,31% dan masuk dalam kategori “Baik Sekali.” Tingkat perubahan (N-Gain) berada pada rentang 79% hingga 91%, yang mengindikasikan bahwa pelatihan ini mampu meningkatkan pemahaman dan kepuasan peserta secara efektif. Tabel 2 menyajikan peningkatan skor rata-rata setiap pernyataan berdasarkan nilai N-Gain (%).

Tabel 1. Hasil Kuesioner *Pre-Test* dan *Post-Test*

Pernyataan	Pre Test	Post Test	(%) N Gain	Capaian Luaran
P1	96	136	90,91	Baik
P2	84	132	85,71	Baik
P3	89	135	90,20	Baik
P4	84	131	83,93	Baik
P5	84	128	78,57	Baik
P6	86	129	79,63	Baik
P7	89	132	84,31	Baik
P8	85	132	85,45	Baik
P9	89	133	86,27	Baik

Berdasarkan hasil pengukuran pre-test dan post-test pada tabel 1 terdapat sembilan pernyataan (P1–P9), terlihat adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Seluruh pernyataan menunjukkan kenaikan skor yang cukup konsisten.

Pada tahap *pre-test*, skor peserta berada pada rentang 84 hingga 96. Setelah pelatihan, nilai post-test meningkat signifikan, berada pada rentang 128 hingga 136. Persentase N-Gain untuk tiap pernyataan juga menunjukkan kategori peningkatan yang tinggi, mulai dari 78,57% hingga 90,91%, yang mengindikasikan bahwa pelatihan memberikan dampak yang kuat terhadap peningkatan pemahaman peserta.

Perlu dijelaskan bahwa nilai seperti 136, 132, dan 135 merupakan akumulasi skor dari seluruh responden berdasarkan instrumen kuesioner yang menggunakan skala Likert 1–5, yaitu:

- 1 = sangat tidak setuju,
- 2 = tidak setuju,
- 3 = cukup,
- 4 = setuju,
- 5 = sangat setuju.

Jumlah responden dalam kegiatan ini adalah 30 peserta, sehingga skor maksimum untuk setiap pernyataan adalah:

$$30 \text{ responden} \times 5 \text{ (skor tertinggi)} = 150$$

Dengan demikian, nilai *post-test* seperti 136 menunjukkan bahwa total jawaban peserta mendekati skor maksimum (150), yang berarti mayoritas peserta memberikan penilaian pada kategori setuju hingga sangat setuju. Begitu juga nilai 132 dan 133 mencerminkan tingkat pemahaman dan kepuasan yang tinggi terhadap materi pelatihan.

Sebaliknya, nilai *pre-test* yang berada pada rentang 84–96 menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, tingkat pemahaman peserta masih berada pada kategori sedang. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan yang tercermin dari kenaikan skor total Likert pada setiap pernyataan.

Secara keseluruhan, seluruh pernyataan (P1–P9) berada pada kategori “Baik” untuk capaian luaran, yang berarti peserta mampu memahami materi dengan baik setelah mengikuti pelatihan. Peningkatan tertinggi terdapat pada P1 dengan N-Gain sebesar 90,91%, sedangkan peningkatan terendah terdapat pada P5 dengan N-Gain 78,57%, namun tetap berada pada kategori baik. Temuan ini memperkuat bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta pada seluruh aspek yang diukur.

Tabel 2. Capaian Luaran dan Interpretasi

Pernyataan Kuesioner (30 Peserta)	Realisasi Capaian Luaran	Interpretasi
I. Memberikan kegiatan sosialisasi terkait pemahaman akselerasi penjualan hasil pertanian dengan platform Digital	88,31	Baik, pencapaian mendekati target 90%
II. Melakukan pelatihan terkait penggunaan Platform Digital yang digunakan dalam meningkatkan pemasaran hasil pertanian	87,06	Baik, pencapaian mendekati target 95%
III. Dampak Pelatihan terhadap peningkatan penjualan dan daya saing produk KWT Boga lestari	79,10	Baik, pencapaian mendekati target 80%.
IV. Evaluasi pelatihan Platform Digital pada KWT Boga Lestari	85,35	Baik, pencapaian melebihi target 85%

Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada 30 peserta seperti yang dicabangkan pada Tabel 2, seluruh indikator capaian luaran menunjukkan hasil yang baik dan mendekati target yang telah ditetapkan.

Pada indikator I, yaitu kegiatan sosialisasi mengenai pemahaman akselerasi penjualan hasil pertanian melalui platform digital, diperoleh capaian sebesar 88,31%, yang berada pada kategori *baik* dan hampir mencapai target 90%. Hal ini menunjukkan bahwa peserta mampu memahami materi sosialisasi dengan cukup optimal.

Indikator II, terkait pelatihan penggunaan platform digital untuk meningkatkan pemasaran hasil pertanian, memperoleh nilai 87,06%. Meskipun sedikit di bawah target 95%, pencapaian ini tetap berada pada kategori *baik* dan menandakan bahwa pelatihan tersebut cukup efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta.

Selanjutnya, indikator III, yang mengukur dampak pelatihan terhadap peningkatan penjualan dan daya saing produk KWT Boga Lestari, menunjukkan capaian 79,10%, berada pada kategori *baik* dan mendekati target 80%. Ini mengindikasikan bahwa pelatihan memberikan efek positif terhadap peningkatan kemampuan pemasaran kelompok.

Pada indikator IV, yaitu evaluasi pelatihan platform digital, tercatat capaian sebesar 85,35%, yang tidak hanya berada dalam kategori *baik* tetapi juga melebihi target 85%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan dinilai sangat memadai oleh peserta baik dari sisi materi, metode, maupun manfaat yang diperoleh.

Secara keseluruhan, keempat indikator menunjukkan bahwa pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan platform digital berjalan dengan efektif dan mampu memberikan dampak positif bagi peserta maupun KWT Boga Lestari.

Simpulan dan Rekomendasi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "*Akselerasi Penjualan Hasil Pertanian Melalui Platform Digital: Penerapan Aplikasi TukangSayur pada KWT Boga Lestari*" telah berhasil mencapai tujuan yang direncanakan. Melalui pelatihan dan pendampingan, anggota KWT Boga Lestari memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam memanfaatkan berbagai platform digital seperti aplikasi TukangSayur, WhatsApp Business, dan Instagram untuk memperluas jangkauan pemasaran hasil pertanian. Selain itu, peserta juga mampu menyusun sistem manajemen penjualan yang lebih terintegrasi menggunakan aplikasi sederhana seperti Google Sheets, sehingga proses pencatatan stok, penjualan, dan distribusi menjadi lebih teratur dan efisien. Kegiatan ini berdampak positif terhadap peningkatan literasi digital, penguatan kapasitas usaha tani, serta memperkuat peran perempuan dalam pengelolaan usaha pertanian berbasis teknologi. Secara keseluruhan, pelatihan berjalan dengan lancar, mendapat antusiasme tinggi dari peserta, dan memberikan manfaat nyata bagi peningkatan daya saing KWT Boga Lestari di era digital.

Saran yang dapat diberikan pada kegiatan yang telah terlaksana sampai sejauh ini antara lain bahwa pelatihan digital marketing sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan agar anggota KWT semakin mahir dan terbiasa menggunakan berbagai platform digital. Selain itu, diperlukan pendampingan lanjutan dalam penerapan sistem pencatatan penjualan dan pengelolaan stok secara digital agar sistem tersebut dapat berjalan secara konsisten. Peningkatan sarana dan prasarana teknologi, seperti jaringan internet dan perangkat pendukung, juga perlu mendapat perhatian untuk menunjang aktivitas digital KWT. Kerja sama antara perguruan tinggi dan KWT diharapkan terus ditingkatkan melalui program pelatihan tematik

lainnya, seperti desain kemasan, branding, serta strategi promosi digital lanjutan. Selain itu, kegiatan serupa juga dapat diperluas ke kelompok tani lain di wilayah Tegal untuk mendorong transformasi pertanian digital secara merata dan memperkuat perekonomian lokal berbasis teknologi.

Daftar Pustaka

- Azis, M., & Suryana, E. A. (2023). Komparasi dan Implementasi Kebijakan Digitalisasi Pertanian: Peluang dan Tantangan. *Risalah Kebijakan Pertanian Dan Lingkungan*, 10(3), 179–198. <https://doi.org/10.29244/jkebijakan.v10i3.51083>
- Baharuddin, Boceng, A., & Halik, H. A. (2024). Pengaruh Peran Penerapan Digitalisasi Petani Milenial Terhadap Pengembangan Pertanian Kota Palopo. *Agrovital: Jurnal Ilmu Pertanian*, 9(2), 194–203. <https://journal.lppm-unasman.ac.id/index.php/agrovital/article/view/5814>
- Basri, A., Hakim, A. R., & Atmaja, D. M. U. (2024). Pelatihan Penggunaan Aplikasi E-Sayur Mayur dengan Memanfaatkan Teknologi Location Based Services Berbasis Android Studi Kasus: UMKM di Area Kecamatan Sudimara Jaya-Tangerang. *PROFICIO: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 408–414. <https://ejournal.utp.ac.id/index.php/JPF/article/view/3029>
- Budiastuti, E., Ritchi, H., & Deliana, Y. (2023). Usability Analysis of Digital-Based Agricultural Product Marketing Platform at Farmers Level in Region V, Bogor Regency. *Scientific Journal of Informatics*, 10(3), 297–312. <https://doi.org/10.15294/sji.v10i3.44605>
- Kurniawati, S. B., Widodo, Z. D., Lusia, A., Alamshah, T. Z. A., & Fatika, N. N. R. (2025). Digitalisasi UMKM melalui Pelatihan Pengelolaan Produk Berbasis Website, Pemasaran Media Sosial, dan Pemanfaatan Shopee sebagai E-commerce Partner. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(3), 582–590. <https://doi.org/10.55606/KREATIF.V5I3.8393>
- Morepje, M. T., Sithole, M. Z., Msweli, N. S., & Agholor, A. I. (2024). The Influence of E-Commerce Platforms on Sustainable Agriculture Practices among Smallholder Farmers in Sub-Saharan Africa. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 16, Number 15). Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI). <https://doi.org/10.3390/su16156496>
- Nungsiyati, Fitriyana, D., & Muslihudin, M. (2022). Mobile Commerce Pemasaran Produk Olahan Kelompok Wanita Tani (KWT) Flamboyan Berbasis Android Di Desa Kalirejo. *JTKSI (Jurnal Teknologi Komputer dan Sistem Informasi)*, 5(2), 121–133. <https://jurnal.ftikomibn.ac.id/index.php/jtksi/article/view/1172>
- Pamungkas, A. A., Suryaningrum, I. D., Arifin, B., Daryanto, H. M., Putra, A. N., Christin, S. I., & Pritalia, G. L. (2023). Pelatihan Digitalisasi untuk Meningkatkan

- Pemasaran Produk UMKM Tempe. *GIAT: Teknologi Untuk Masyarakat*, 2(2), 89–98. <https://doi.org/10.24002/giat.v2i2.7222>
- Prayuti, Y., Atqia, D. Y., Anisa, F., Munawarah, U., Indriyani, M., & Agustina, A. (2024). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) Anggrek Desa Jatisari Melalui Pelatihan dan Pemanfaatan Digitalisasi. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 13(2), 283–290. <https://doi.org/10.30999/jpkm.v13i2.2901>
- Purwanto, R., HafSarah, R., Somantri, O., Perdanawanti, L., & Fadilah. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Informasi Pemasaran Online Produk Usaha Mikro Kecil Menengah Petani Hortikultura Cilacap. *Jurnal PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 05(03), 287–296. <http://dx.doi.org/10.30998/jurnalpkm.v5i3.7974>
- Putri, A. S. D., Lubis, D. P., & Aulia, T. (2025). Literasi Digital Anggota Kelompok Wanita Tani dan Pemanfaatannya sebagai Akses Informasi Pertanian. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 8(03), 55–66. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v8i03.1408>
- Santoso, M. F., Budiman, Y. U., Wahidin, A. J., & Anggraini, D. V. (2024). Implementasi Aplikasi Sayurbox sebagai Transofrmasi Digital dalam Peningkatan Pemasaran Hasil Pertanian KWT Pesona. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 3825–3837. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpmb/article/view/27565>
- Singh, N. K., Sunitha, N. H., Tripathi, G., Saikanth, D. R. K., Sharma, A., Jose, A. E., & Mary, M. V. K. J. (2023). Impact of Digital Technologies in Agricultural Extension. *Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology*, 41(9), 963–970. <https://doi.org/10.9734/ajaees/2023/v41i92127>
- Supriono, A., Yanuarti, R., Hani, E. S., Kusmiati, A., Rahman, R. Y., & Suwali. (2025). Correlation between Export Volume and Training Recipients: Strengthening E-commerce in the Agricultural Sector. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1497(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1497/1/012027>
- Widiasyih, A. S., Syafiruddin, Nasution, K. S., Siregar, D. A., & Aswan, N. (2024). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Kopi Pada Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11), 2847–2854. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i11.613>