

ANALISIS DAMPAK PELATIHAN SOCIO-TECHNOPRENEUR TERHADAP KETERAMPILAN PRODUKSI DAN PEMASARAN PEREMPUAN TANI

Ardiansyah¹

¹Arsitektur, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan
Korespondensi : ardiansyah.mt@gmail.com

ABSTRAK

Keterbatasan akses perempuan tani terhadap pelatihan kewirausahaan, teknologi produksi, dan strategi pemasaran masih menjadi salah satu faktor struktural yang menghambat peningkatan nilai tambah ekonomi di wilayah pedesaan. Kondisi ini tidak hanya berkaitan dengan keterbatasan sumber daya, tetapi juga dengan rendahnya literasi digital, minimnya akses terhadap inovasi teknologi tepat guna, serta terbatasnya ruang partisipasi perempuan dalam rantai nilai ekonomi pertanian. Dalam konteks tersebut, pendekatan *socio-technopreneur* dipandang sebagai model intervensi yang mampu mengintegrasikan dimensi sosial, teknologi sederhana, dan kewirausahaan berbasis komunitas.

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Kaungcaang, Kabupaten Pandeglang, dengan tujuan untuk menganalisis dampak pelatihan *socio-technopreneur* terhadap peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran perempuan tani. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah kombinasi metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif sederhana, melalui instrumen pre-test dan post-test, observasi partisipatif, serta wawancara kelompok terarah (focus group discussion). Data dianalisis secara tematik untuk menggambarkan perubahan kapasitas peserta sebelum dan sesudah intervensi program.

Hasil pelaksanaan program menunjukkan adanya peningkatan keterampilan produksi sebesar 45%, terutama pada aspek pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah seperti olahan jahe merah dan keripik pisang. Peningkatan ini tidak hanya mencakup kemampuan teknis, tetapi juga pemahaman terhadap standar kebersihan, pengemasan, dan kualitas produk yang lebih layak jual. Transformasi ini sejalan dengan konsep *experiential learning* yang menekankan bahwa pembelajaran berbasis praktik langsung lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis dibandingkan pendekatan teoritis semata.

Pada aspek pemasaran, terjadi perubahan signifikan dari sistem konvensional menuju pemanfaatan media digital. Perempuan tani mulai menggunakan platform seperti *whatsapp business*, *instagram*, dan *facebook* untuk memperluas jangkauan pasar. Digitalisasi pemasaran ini memperlihatkan peningkatan literasi digital yang berdampak langsung pada kemampuan komunikasi bisnis dan branding produk lokal. Selain peningkatan keterampilan teknis dan pemasaran, program ini juga mendorong transformasi kesadaran kewirausahaan sosial pada peserta. Perempuan tani mulai menunjukkan perubahan pola pikir dari sekadar produsen rumah tangga menjadi pelaku usaha mikro yang memiliki orientasi ekonomi berkelanjutan. Bahkan, muncul inisiatif pembentukan kelembagaan ekonomi berbasis kelompok sebagai bentuk penguatan modal sosial komunitas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan *Socio-Technopreneur* tidak hanya berkontribusi pada peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran, tetapi juga memperkuat struktur sosial ekonomi perempuan di tingkat desa. Integrasi antara teknologi sederhana, kewirausahaan sosial, dan pendekatan partisipatif terbukti mampu menciptakan perubahan yang bersifat multidimensional, baik secara ekonomi maupun sosial. Dengan demikian, model ini memiliki potensi untuk direplikasi dalam program pemberdayaan masyarakat pedesaan berbasis gender dan potensi lokal.

Kata kunci : *Socio-Technopreneur*

ABSTRACT

Women's limited access to entrepreneurship training, production technology, and marketing strategies is still one of the structural factors that hinder the increase in economic added value in rural areas. This condition is not

only related to limited resources, but also to low digital literacy, lack of access to appropriate technological innovations, and limited space for women's participation in the agricultural economic value chain. In this context, the socio-technopreneur approach is seen as an intervention model that is able to integrate social dimensions, simple technology, and community-based entrepreneurship.

This community service program was carried out in Kaungcaang Village, Pandeglang Regency, with the aim of analyzing the impact of socio-technopreneur training on improving the production and marketing skills of women farmers. The approach used in this activity is a combination of simple qualitative and quantitative descriptive methods, through pre-test and post-test instruments, participatory observation, and focus group discussions. The data were analyzed thematically to illustrate changes in participants' capacities before and after the program intervention.

The results of the program implementation showed an increase in production skills by 45%, especially in the aspect of processing agricultural products into value-added products such as processed red ginger and banana chips. This improvement not only includes technical skills, but also an understanding of hygiene, packaging, and product quality standards that are more marketable. This transformation is in line with the concept of experiential learning which emphasizes that hands-on learning is more effective in improving technical skills than a purely theoretical approach.

In terms of marketing, there has been a significant change from the conventional system towards the use of digital media. Women farmers have started to use platforms such as whatsapp business, instagram, and facebook to expand market reach. This marketing digitalization shows an increase in digital literacy which has a direct impact on business communication skills and branding of local products. In addition to improving technical and marketing skills, this program also encourages the transformation of social entrepreneurship awareness in participants. Women farmers began to show a change in mindset from just household producers to micro business actors with a sustainable economic orientation. In fact, there has been an initiative to establish group-based economic institutions as a form of strengthening community social capital.

Overall, the results of this study show that the socio-technopreneur approach not only contributes to the improvement of production and marketing skills, but also strengthens the socio-economic structure of women at the village level. The integration between simple technologies, social entrepreneurship, and participatory approaches has been proven to be able to create multidimensional changes, both economically and socially. Thus, this model has the potential to be replicated in rural community empowerment programs based on gender and local potential.

Keywords: Socio-Technopreneur

PENDAHULUAN

Ketimpangan ekonomi di wilayah pedesaan masih menjadi isu yang terus berulang dalam pembangunan di Indonesia, terutama ketika dilihat dari aspek akses terhadap sumber daya produktif. Berbagai laporan menunjukkan bahwa tingkat kemiskinan di daerah pedesaan masih lebih tinggi dibandingkan wilayah perkotaan, termasuk di Kabupaten Pandeglang yang berada di atas rata-rata provinsi Banten (BPS, 2023). Kondisi ini tidak hanya berkaitan dengan rendahnya pendapatan masyarakat, tetapi juga dipengaruhi oleh terbatasnya akses terhadap pendidikan, teknologi, infrastruktur ekonomi, serta pelatihan kewirausahaan yang berkelanjutan.

Situasi tersebut semakin kompleks ketika dianalisis dari perspektif gender. Perempuan tani di pedesaan memiliki peran yang cukup besar dalam rantai produksi pertanian, mulai dari proses tanam, panen, hingga pengolahan hasil pertanian. Namun demikian, kontribusi tersebut sering kali tidak diikuti dengan akses yang setara terhadap pelatihan keterampilan, modal usaha, teknologi produksi, maupun jaringan pasar (FAO, 2021). Dalam banyak kasus, perempuan lebih banyak ditempatkan pada sektor kerja informal dengan nilai ekonomi yang relatif rendah, sehingga potensi mereka dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga belum sepenuhnya tergali secara optimal (Kabeer, 2012).

Kondisi ketimpangan ini menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi pedesaan tidak dapat hanya bertumpu pada peningkatan produksi pertanian semata, tetapi juga membutuhkan pendekatan yang mampu mengintegrasikan aspek sosial, inovasi teknologi, dan penguatan kapasitas kewirausahaan masyarakat. Dalam konteks tersebut, pendekatan socio-technopreneur mulai banyak dipandang sebagai salah satu alternatif strategis. Konsep ini

memadukan prinsip kewirausahaan sosial yang berorientasi pada penciptaan nilai sosial dengan pemanfaatan teknologi tepat guna yang sederhana, adaptif, dan sesuai dengan kondisi lokal masyarakat (Bornstein & Davis, 2010).

Lebih jauh, socio-technopreneur tidak hanya berfokus pada aspek profit ekonomi, tetapi juga pada transformasi sosial yang mencakup peningkatan kapasitas individu, penguatan kelembagaan komunitas, serta penciptaan ekosistem usaha yang berkelanjutan. Murray, Caulier-Grice, dan Mulgan (2010) menjelaskan bahwa inovasi sosial yang berbasis komunitas memiliki potensi besar dalam menciptakan perubahan struktural, terutama ketika dikombinasikan dengan akses teknologi yang mudah dijangkau oleh masyarakat akar rumput. Dalam konteks perempuan tani, pendekatan ini memberikan ruang bagi transformasi dari sekadar pelaku produksi bahan mentah menjadi pelaku usaha yang mampu mengolah, mengemas, dan memasarkan produk dengan nilai tambah yang lebih tinggi.

Dalam konteks pemberdayaan perempuan tani di Indonesia, beberapa studi terkini telah menunjukkan bahwa intervensi berbasis pelatihan teknologi dan kewirausahaan mampu meningkatkan kapasitas ekonomi perempuan di pedesaan. Penelitian oleh Suryani et al. (2022) menunjukkan bahwa pelatihan pengolahan hasil pertanian berbasis teknologi tepat guna dapat meningkatkan nilai tambah produk sebesar 35-50% pada kelompok perempuan tani di Jawa Barat. Selain itu, Widiastuti & Prasetyo (2023) menemukan bahwa pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk pertanian berkontribusi signifikan terhadap perluasan akses pasar dan peningkatan pendapatan keluarga petani. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Rahmawati et al. (2024) yang menyatakan bahwa pendekatan *experiential learning* dalam pelatihan kewirausahaan sosial mampu memperkuat agency perempuan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Di tingkat global, FAO (2021) menegaskan bahwa peningkatan keterlibatan perempuan dalam agribisnis memiliki dampak langsung terhadap penguatan ketahanan pangan rumah tangga dan pengurangan kemiskinan di wilayah pedesaan. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan dalam literatur mengenai integrasi komprehensif antara dimensi sosial, teknologi sederhana, dan kewirausahaan dalam satu pendekatan intervensi, khususnya dalam konteks perempuan tani di wilayah Banten. Penelitian ini berkontribusi untuk mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan socio-technopreneur yang menggabungkan ketiga dimensi tersebut secara sistematis.

Di tingkat implementasi, Desa Kaungcaang di Kabupaten Pandeglang dipilih sebagai lokasi kegiatan karena memiliki potensi pertanian yang cukup beragam, seperti komoditas jahe merah, pisang, serta hasil kebun lainnya yang belum dimanfaatkan secara optimal dalam bentuk produk olahan. Di sisi lain, kelompok perempuan tani di wilayah ini masih menghadapi keterbatasan dalam hal keterampilan pengolahan produk, pengemasan, serta pemasaran berbasis digital. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya lokal dan kapasitas pengelolaan ekonomi masyarakat.

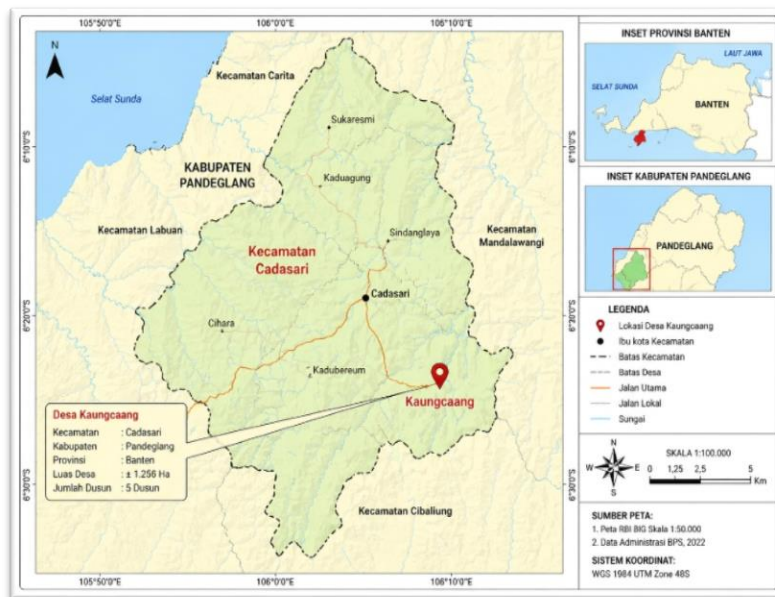
Berdasarkan kondisi tersebut, program pelatihan *socio-technopreneur* dirancang sebagai intervensi pemberdayaan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga transformatif. Fokus kegiatan diarahkan pada peningkatan keterampilan produksi melalui pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah, serta penguatan kapasitas pemasaran melalui pemanfaatan media digital seperti *whatsapp business*, *instagram*, dan *platform* media sosial lainnya. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan dampak ganda, yaitu peningkatan keterampilan ekonomi sekaligus perubahan pola pikir perempuan tani dalam melihat peluang usaha berbasis potensi lokal.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mixed methods* dengan desain *pre-test post-test* yang dilengkapi dengan observasi partisipatif dan *focus group discussion* (FGD). Pendekatan ini dipilih untuk mengukur perubahan keterampilan secara kuantitatif sekaligus memahami dinamika sosial dan transformasi kesadaran kewirausahaan peserta secara kualitatif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengukur peningkatan

keterampilan produksi dan pemasaran, tetapi juga untuk memahami bagaimana pendekatan socio-technopreneur berkontribusi dalam proses pemberdayaan perempuan di pedesaan secara lebih luas, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun kelembagaan komunitas.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan desain metode campuran (mixed methods), yaitu penggabungan data kualitatif dan kuantitatif sederhana untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dampak pelatihan socio-technopreneur terhadap peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran perempuan tani. Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan tidak hanya perubahan numerik dari hasil pelatihan, tetapi juga dinamika sosial, pengalaman peserta, serta proses transformasi kapasitas individu dalam konteks pemberdayaan masyarakat (Creswell & Plano Clark, 2018).



Gambar 1. Peta Lokasi Desa Kaungcaang, Kecamatan Cadasari, Kabupaten Pandeglang

Keterangan:

Peta menunjukkan lokasi Desa Kaungcaang sebagai lokasi pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Wilayah ini berada di Kecamatan Cadasari, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten, yang memiliki potensi pertanian cukup tinggi namun masih terbatas dalam pengembangan nilai tambah produk.

Subjek penelitian adalah perempuan anggota kelompok tani di Desa Kaungcaang, Kecamatan Cadasari, Kabupaten Pandeglang. Pemilihan lokasi dan subjek dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa kelompok tersebut memiliki keterlibatan aktif dalam kegiatan pertanian, namun masih memiliki keterbatasan dalam aspek pengolahan hasil pertanian dan pemasaran berbasis teknologi digital.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yang saling melengkapi untuk memastikan validitas informasi yang diperoleh, yaitu:

1. Observasi Partisipatif

Observasi dilakukan secara langsung selama proses pelatihan dan pendampingan. Peneliti terlibat dalam kegiatan lapangan untuk mengamati perubahan perilaku, partisipasi, serta kemampuan peserta dalam mempraktikkan keterampilan yang diberikan. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap konteks sosial masyarakat (Spradley, 1980).

2. **Wawancara Semi-Terstruktur**

Wawancara dilakukan kepada peserta pelatihan, fasilitator, dan tokoh kelompok tani untuk menggali pengalaman, persepsi, serta perubahan yang dirasakan setelah mengikuti program. Teknik ini memberikan fleksibilitas dalam eksplorasi data tanpa kehilangan arah fokus penelitian (Kvale & Brinkmann, 2015).

3. **Pre-test dan Post-test Keterampilan**

Pengukuran kuantitatif dilakukan melalui instrumen pre-test dan post-test untuk menilai peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran. Indikator yang diukur mencakup kemampuan pengolahan produk, pemahaman pengemasan, serta penggunaan media digital dalam pemasaran. Pendekatan ini digunakan untuk melihat efektivitas intervensi pelatihan secara terukur.

4. **Dokumentasi Kegiatan**

Dokumentasi meliputi foto kegiatan, hasil produk olahan, catatan pelatihan, serta materi pendampingan. Dokumentasi berfungsi sebagai data pendukung yang memperkuat validitas temuan penelitian.

Tahapan Kegiatan

Pelaksanaan pelatihan dirancang berdasarkan prinsip *experiential learning*, yang menekankan proses belajar melalui pengalaman langsung, refleksi, dan praktik nyata (Kolb, 1984). Tahapan kegiatan disusun secara sistematis agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya dalam konteks usaha nyata.

Tahapan kegiatan meliputi:

1. **Pelatihan Produksi Olahan Hasil Pertanian**

Peserta diberikan pelatihan pengolahan komoditas lokal seperti jahe merah dan pisang menjadi produk bernilai tambah. Proses ini mencakup teknik pengolahan, standarisasi rasa, serta peningkatan kualitas produk agar sesuai dengan kebutuhan pasar.

2. **Pengenalan Teknologi Sederhana Produksi dan Pengemasan**

Pada tahap ini, peserta diperkenalkan dengan teknologi tepat guna seperti alat pengering (*food dehydrator*), alat press kemasan (*sealer*), serta teknik pengemasan yang higienis dan menarik. Teknologi sederhana ini berfungsi untuk meningkatkan efisiensi produksi sekaligus menjaga kualitas produk (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010).

3. **Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial**

Peserta dilatih menggunakan platform digital seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook untuk memasarkan produk. Materi mencakup pembuatan konten sederhana, fotografi produk, serta strategi komunikasi dengan konsumen. Transformasi ini menjadi bagian dari proses digitalisasi UMKM di tingkat desa (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022).

4. **Pendampingan Usaha dan Branding Produk**

Tahap ini difokuskan pada penguatan identitas produk melalui pembuatan merek, desain label, serta strategi pemasaran jangka panjang. Pendampingan dilakukan secara berkala untuk memastikan keberlanjutan usaha dan peningkatan kapasitas peserta dalam mengelola usaha mikro.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif.

1. **Analisis Kualitatif**

Data hasil wawancara dan observasi dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses ini dilakukan dengan mengidentifikasi pola-pola utama yang muncul dari

pengalaman peserta, seperti perubahan pola pikir kewirausahaan, peningkatan kepercayaan diri, serta kemampuan adaptasi terhadap teknologi. Analisis tematik memungkinkan peneliti memahami makna sosial di balik perubahan yang terjadi (Braun & Clarke, 2006).

2. Analisis Kuantitatif Sederhana

Data hasil pre-test dan post-test dianalisis menggunakan metode deskriptif persentase untuk melihat tingkat peningkatan keterampilan peserta. Rumus yang digunakan adalah:

$$P = \frac{(Post - Pre)}{Pre} \times 100\%$$

Pendekatan ini digunakan untuk memberikan gambaran numerik mengenai efektivitas pelatihan terhadap peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran.

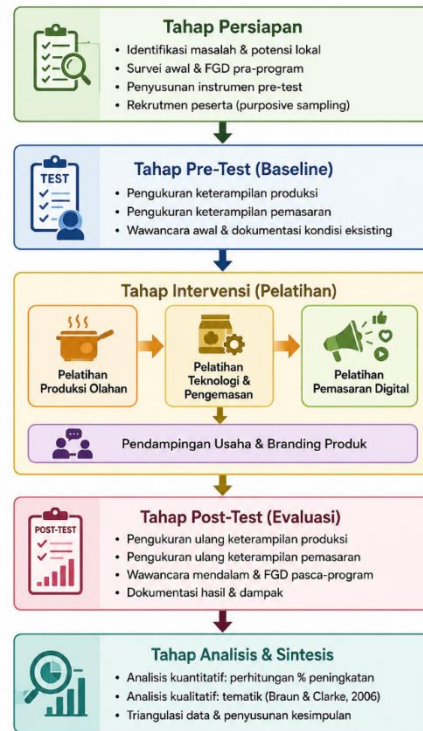
Kombinasi kedua metode analisis ini memberikan gambaran yang lebih utuh, baik dari sisi perubahan terukur maupun dinamika sosial yang terjadi selama proses pemberdayaan berlangsung.



Gambar 2. Kerangka Dampak Program Socio-Technopreneur

Diagram Alir Metodologi Penelitian

Berikut adalah diagram alir yang menggambarkan tahapan pelaksanaan penelitian dari persiapan hingga evaluasi:



HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Keterampilan Produksi

Hasil pelaksanaan pelatihan menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan pada keterampilan produksi perempuan tani dalam mengolah hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah. Sebelum intervensi program, sebagian besar peserta masih berorientasi pada penjualan komoditas dalam bentuk bahan mentah tanpa melalui proses pengolahan lebih lanjut. Kondisi ini menyebabkan nilai jual produk relatif rendah dan tidak stabil terhadap fluktuasi harga pasar.

Tabel 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test Keterampilan Produksi

No	Aspek Keterampilan	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	Peningkatan (%)
1	Pengetahuan bahan & proses	52	80	28
2	Teknik pengolahan produk	50	78	28
3	Pengemasan & penyimpanan	48	76	28
4	Kebersihan & keamanan pangan	55	84	29
Rata-rata		51,25	79,5	45%

Setelah mengikuti rangkaian pelatihan berbasis socio-technopreneur, peserta mulai mampu mengembangkan produk olahan seperti serbuk jahe instan, minuman herbal, serta keripik pisang dengan variasi rasa dan kemasan yang lebih menarik. Peningkatan keterampilan ini tidak hanya mencakup aspek teknis produksi, tetapi juga pemahaman mengenai standar kebersihan, konsistensi kualitas, dan efisiensi proses kerja.



Gambar 3. Proses Pelatihan Socio-Technopreneur di Desa Kaungcaang

Keterangan:

Gambar ini menunjukkan kegiatan pelatihan perempuan tani dalam pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah seperti jahe merah instan dan keripik pisang. Kegiatan dilakukan dengan metode praktik langsung (*learning by doing*) yang melibatkan peserta secara aktif dalam setiap tahapan produksi.

Hasil evaluasi melalui pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan rata-rata keterampilan produksi sebesar 45%. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman langsung (*experiential learning*) memiliki efektivitas yang lebih tinggi dibandingkan pendekatan ceramah atau teoritis semata. Kolb (1984) menjelaskan bahwa proses belajar yang melibatkan pengalaman langsung, refleksi, dan praktik nyata mampu memperkuat internalisasi keterampilan secara lebih mendalam.



Gambar 4. Produk Hasil Olahan Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Keterangan:

Gambar memperlihatkan perbandingan produk sebelum pelatihan (bahan mentah) dan sesudah

pelatihan (produk olahan dengan kemasan dan branding). Perubahan ini menunjukkan peningkatan nilai tambah produk lokal melalui pendekatan socio-technopreneur.

Selain itu, introduksi teknologi sederhana seperti *food dehydrator*, alat pengering, dan alat *sealer* memberikan kontribusi terhadap peningkatan efisiensi produksi. Teknologi tepat guna tersebut membantu mempercepat proses produksi, menjaga kualitas produk, serta meningkatkan daya simpan hasil olahan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Murray, Caulier-Grice, dan Mulgan (2010) yang menyatakan bahwa inovasi teknologi sederhana dalam konteks komunitas dapat meningkatkan produktivitas ekonomi sekaligus memperkuat daya saing usaha mikro berbasis lokal.

Transformasi Keterampilan Pemasaran

Perubahan yang cukup menonjol juga terlihat pada aspek pemasaran produk. Sebelum pelaksanaan program, kegiatan pemasaran masih dilakukan secara konvensional melalui pasar tradisional dengan jangkauan yang terbatas pada lingkungan lokal. Model pemasaran seperti ini menyebabkan akses terhadap konsumen yang lebih luas menjadi sangat terbatas.

Tabel 2. Transformasi Keterampilan Pemasaran Digital

Aspek	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
Saluran pemasaran	Pasar lokal	<i>WhatsApp, Instagram, Facebook</i>
Jangkauan konsumen	Terbatas desa	Lebih luas (kabupaten & luar daerah)
Promosi	Dari mulut ke mulut	Konten digital (foto, video, katalog)
Branding	Tidak ada label	Sudah menggunakan identitas produk

Setelah pelatihan, terjadi pergeseran signifikan menuju pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Peserta mulai menggunakan platform seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook untuk memperkenalkan produk, membangun komunikasi dengan pelanggan, serta menerima pesanan secara langsung. Transformasi ini menunjukkan adanya peningkatan literasi digital yang berperan penting dalam perluasan akses pasar.



Gambar 5. Kegiatan Pemasaran Digital oleh Perempuan Tani

Keterangan:

Gambar menunjukkan pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp Business dan Instagram

dalam memasarkan produk hasil olahan. Hal ini mencerminkan peningkatan literasi digital dan transformasi strategi pemasaran berbasis teknologi.

Digitalisasi pemasaran UMKM telah diidentifikasi sebagai salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing produk lokal di era ekonomi digital. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022) menegaskan bahwa pemanfaatan platform digital mampu membuka akses pasar yang lebih luas sekaligus meningkatkan efisiensi promosi bagi pelaku usaha mikro di pedesaan.

Selain itu, peserta juga mulai memahami konsep dasar *branding* produk, seperti penggunaan label, identitas usaha, dan desain kemasan yang lebih menarik secara visual. Perubahan ini berdampak pada meningkatnya minat konsumen terhadap produk olahan yang dihasilkan, karena kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi nilai dan kualitas produk kepada konsumen.

Perubahan Kesadaran Kewirausahaan Sosial

Selain peningkatan keterampilan teknis dan pemasaran, program ini juga mendorong terjadinya perubahan pada aspek kesadaran dan pola pikir kewirausahaan perempuan tani. Sebelum program, aktivitas produksi lebih banyak dipandang sebagai kegiatan tambahan rumah tangga tanpa orientasi ekonomi yang jelas. Namun setelah intervensi pelatihan, terjadi pergeseran cara pandang terhadap aktivitas produksi sebagai peluang usaha yang memiliki nilai ekonomi.



Gambar 6. Dokumentasi Pendampingan dan Diskusi Kelompok

Keterangan:

Gambar ini menggambarkan proses pendampingan, diskusi kelompok, serta penguatan kelembagaan seperti inisiasi koperasi perempuan tani. Aktivitas ini memperlihatkan penguatan modal sosial dalam komunitas.

Tabel 3. Perubahan Kesadaran Kewirausahaan

Indikator	Sebelum Program	Sesudah Program
Pandangan usaha	Kegiatan tambahan	Peluang ekonomi utama
Keberanian usaha	Rendah	Meningkat
Pemanfaatan peluang	Minim	Aktif
Kerja sama	Individual	Kelompok (koperasi awal)

Perubahan ini mencerminkan proses pemberdayaan yang lebih dalam, yaitu peningkatan *agency* individu dalam mengambil keputusan ekonomi dan sosial secara mandiri. Kabeer (2012) menjelaskan bahwa pemberdayaan tidak hanya berkaitan dengan peningkatan akses terhadap sumber daya, tetapi juga kemampuan individu untuk membuat pilihan strategis dalam kehidupannya.

Dalam proses diskusi kelompok dan refleksi komunitas, muncul inisiatif pembentukan koperasi perempuan tani sebagai bentuk penguatan kelembagaan ekonomi. Inisiatif ini menunjukkan adanya perkembangan modal sosial dalam komunitas, di mana kerja sama, kepercayaan, dan solidaritas mulai terbentuk sebagai dasar pengelolaan usaha bersama. Hal ini menjadi indikator penting bahwa proses pemberdayaan tidak hanya bersifat individual, tetapi juga kolektif.

Dampak Sosial dan Ekonomi

Dampak ekonomi dari kegiatan ini mulai terlihat melalui terbentuknya usaha mikro berbasis rumah tangga yang mengolah hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah. Beberapa peserta mulai memperoleh pendapatan tambahan dari hasil penjualan produk olahan, baik melalui penjualan langsung maupun melalui platform digital.

Tabel 4. Dampak Sosial Ekonomi Program

Indikator	Kondisi Awal	Kondisi Akhir	Perubahan
Pendapatan tambahan	Tidak ada	Ada (usaha olahan)	Meningkat
Partisipasi ekonomi	Rendah	Tinggi	Signifikan
Keterlibatan perempuan	Pasif	Aktif	Meningkat
Kemandirian usaha	Rendah	Mulai terbentuk	Positif

Peningkatan pendapatan ini menunjukkan adanya diversifikasi sumber ekonomi rumah tangga, yang pada akhirnya dapat mengurangi ketergantungan pada pendapatan pertanian primer yang bersifat musiman. Dalam konteks ekonomi pedesaan, diversifikasi usaha merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan ketahanan ekonomi keluarga.

Dari sisi sosial, terjadi peningkatan partisipasi perempuan dalam aktivitas ekonomi desa. Perempuan tidak lagi hanya berperan sebagai pendukung kegiatan pertanian, tetapi mulai menjadi aktor utama dalam kegiatan produksi dan pemasaran. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan posisi sosial perempuan dalam struktur ekonomi lokal.

FAO (2021) menegaskan bahwa peningkatan keterlibatan perempuan dalam sektor agribisnis memiliki kontribusi langsung terhadap penguatan ketahanan pangan rumah tangga, peningkatan kesejahteraan keluarga, serta pengurangan tingkat kemiskinan di wilayah pedesaan. Dengan demikian, pendekatan *socio-technopreneur* tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada transformasi sosial yang lebih luas dalam komunitas.

SIMPULAN

Hasil pelaksanaan program pelatihan berbasis *socio-technopreneur* menunjukkan adanya dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas perempuan tani di Desa Kaungcaang, baik pada aspek keterampilan produksi maupun pemasaran. Temuan utama menunjukkan bahwa terjadi peningkatan keterampilan produksi rata-rata sebesar 45%, yang ditandai dengan kemampuan peserta dalam mengolah hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah seperti olahan jahe merah dan keripik pisang dengan kualitas yang lebih baik, baik dari sisi proses produksi, kebersihan, maupun pengemasan.

Peningkatan tersebut tidak hanya mencerminkan keberhasilan transfer keterampilan teknis, tetapi juga menunjukkan efektivitas pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman

(*experiential learning*) yang menekankan keterlibatan langsung peserta dalam proses praktik. Hal ini sejalan dengan pandangan Kolb (1984) yang menyatakan bahwa proses pembelajaran yang berbasis pengalaman nyata mampu memperkuat pemahaman dan keterampilan secara lebih mendalam dibandingkan pembelajaran pasif.

Pada aspek pemasaran, terjadi transformasi yang cukup jelas dari pola konvensional menuju pemanfaatan media digital. Perempuan tani mulai mampu menggunakan platform digital seperti *whatsapp business* dan media sosial lainnya sebagai sarana promosi dan distribusi produk. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan literasi digital yang berkontribusi terhadap perluasan akses pasar dan peningkatan daya saing produk lokal. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2022) menegaskan bahwa digitalisasi UMKM merupakan salah satu faktor strategis dalam memperkuat posisi pelaku usaha mikro di era ekonomi digital.

Lebih jauh, dampak program tidak hanya terbatas pada aspek teknis keterampilan, tetapi juga mencakup perubahan pada dimensi kognitif dan sosial peserta. Terjadi pergeseran pola pikir dari aktivitas produksi yang bersifat subsisten menjadi orientasi kewirausahaan yang lebih produktif dan berkelanjutan. Perempuan tani mulai memandang kegiatan pengolahan hasil pertanian sebagai peluang usaha yang memiliki nilai ekonomi, bukan sekadar aktivitas tambahan rumah tangga.

Perubahan ini mencerminkan proses pemberdayaan yang lebih luas, yaitu peningkatan agency individu dalam menentukan pilihan ekonomi dan sosial secara mandiri (Kabeer, 2012). Dalam konteks ini, pemberdayaan tidak hanya dipahami sebagai peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga sebagai proses transformasi sosial yang memungkinkan perempuan memiliki kontrol lebih besar terhadap sumber daya dan keputusan ekonomi dalam rumah tangga maupun komunitas.

Selain itu, munculnya inisiatif pembentukan kelembagaan ekonomi berbasis kelompok seperti koperasi perempuan tani menunjukkan adanya penguatan modal sosial dalam komunitas. Hal ini mengindikasikan bahwa proses pemberdayaan telah berkembang dari level individu menuju level kolektif, di mana kerja sama, kepercayaan, dan solidaritas menjadi dasar dalam pengelolaan usaha bersama. Temuan ini sejalan dengan pandangan FAO (2021) yang menyatakan bahwa penguatan peran perempuan dalam agribisnis tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada penguatan ketahanan ekonomi rumah tangga dan komunitas.

Secara keseluruhan, pendekatan *socio-technopreneur* terbukti efektif sebagai model intervensi dalam pemberdayaan perempuan tani berbasis potensi lokal dan teknologi sederhana. Esensi temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi perempuan tani dari produsen bahan mentah menjadi pelaku usaha mikro yang berorientasi kewirausahaan sosial memerlukan integrasi tiga komponen kunci: (1) keterampilan teknis produksi bernilai tambah, (2) literasi digital untuk perluasan pasar, dan (3) penguatan modal sosial melalui kelembagaan kelompok. Ketiga komponen tersebut saling memperkuat dan menciptakan dampak multidimensional yang tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial dan kelembagaan.

Kemanfaatan ke depan dari model ini meliputi: pertama, potensi replikasi pada kelompok perempuan tani lain di wilayah Banten dan Indonesia secara umum, dengan penyesuaian terhadap komoditas lokal masing-masing daerah; kedua, kontribusi terhadap kebijakan pemerintah daerah dalam merancang program pemberdayaan perempuan yang lebih terintegrasi dan berkelanjutan; ketiga, pembentukan jejaring koperasi perempuan tani yang dapat menjadi model kelembagaan ekonomi komunitas di tingkat desa; dan keempat, pengembangan kurikulum pelatihan *socio-technopreneur* yang dapat diadopsi oleh institusi pendidikan tinggi dalam program pengabdian masyarakat berbasis *experiential learning*. Dengan demikian, model ini tidak hanya memberikan solusi praktis bagi perempuan tani di

Desa Kaungcaang, tetapi juga menyumbang pada literatur pemberdayaan pedesaan berbasis gender dan inovasi teknologi tepat guna.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik kesejahteraan rakyat Kabupaten Pandeglang. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: What everyone needs to know*. Oxford University Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chambers, R. (1997). *Whose reality counts? Putting the first last*. Intermediate Technology Publications.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Dees, J. G. (2001). *The meaning of social entrepreneurship*. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University. <https://entrepreneurship.duke.edu>
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). *The dynamics of innovation: From national systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of university–industry–government relations*. *Research Policy*, 29(2), 109–123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- FAO. (2021). *The state of food and agriculture: Women in agriculture – Closing the gender gap for development*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://www.fao.org>
- Gibb, A. A. (1997). *Small firms' training and competitiveness: Building upon the small business as a learning organisation*. *International Small Business Journal*, 15(3), 13–29. <https://doi.org/10.1177/0266242697153001>
- Kabeer, N. (1999). *Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment*. *Development and Change*, 30(3), 435–464. <https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125>
- Kabeer, N. (2012). *Women's economic empowerment and inclusive growth: Labour markets and enterprise development*. DFID Working Paper. London: Department for International Development.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Peta jalan digitalisasi UMKM Indonesia 2021–2024. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*. Nesta. <https://youngfoundation.org>
- Rahmawati, N., Susanto, D., & Hidayat, R. (2024). Experiential learning dalam pelatihan kewirausahaan sosial: Penguatan agency perempuan petani di Jawa Tengah. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 45–62.
- Suryani, E., Wijaya, A., & Pratama, I. (2022). Dampak pelatihan teknologi tepat guna terhadap peningkatan nilai tambah produk pertanian perempuan tani. *Jurnal Teknologi Pertanian Indonesia*, 24(2), 112–128.
- Widiastuti, T., & Prasetyo, B. (2023). Digitalisasi pemasaran produk pertanian dan dampaknya terhadap pendapatan keluarga petani. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(3), 201–215.
- Yunus, M. (2011). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. PublicAffairs.