

PENINGKATAN PRODUKTIVITAS KWT BERBASIS GROW COACHING MODEL DALAM MENGIMPLEMNTASIKAN GREEN ECONOMY: PENGEMASAN DAN DIGITALISASI PEMASARAN PRODUK

Yeremia Niaga Atlantika^{1*}, Eligia Monixa Salfarini², Candra Gudiatto³,
Yuda⁴, Elisabet Ariana⁵, Jimmy Person⁶
^{1,2,3,4,5,6}Institut Shanti Bhuana, Bengkulu, Indonesia
yeremia@shantibhuana.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Permasalahan yang dihadapi Kelompok Wanita Tani (KWT) di wilayah kerja Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) adalah belum maksimalnya produktivitas dan keterampilan dalam pengemasan ramah lingkungan serta pemasaran berbasis digital produk hasil KWT. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan *softskill* dan *hardskill* anggota KWT melalui pendekatan pembinaan dan pendampingan berbasis *GROW Coaching Model* dalam upaya mengimplementasikan *green economy* di daerah perbatasan. Mitra pengabdian ini adalah KWT Tomat Intan dan Karya Tani. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, penyuluhan, *workshop*, dan praktikum dengan melibatkan 20 orang anggota KWT. Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung dan kuesioner pra dan pasca kegiatan dengan menetapkan target capaian keberhasilan. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan kemampuan pengemasan dan pemasaran digital, dengan peningkatan *softskill* dan *hardskill* KWT dengan rata-rata Ketercapaian Target Pelaksanaan Program sebesar 89,03%. Selain itu, nilai ekonomis produk meningkat sebesar 40% pemanfaatan inovasi kemasan dan strategi pemasaran digital berbasis *green economy*. Pengabdian ini diharapkan dapat memperkuat kemandirian ekonomi anggota KWT secara berkelanjutan dan bersaing di daerah perbatasan negara.

Kata Kunci: Kelompok Wanita Tani; *GROW Coaching Model*; Ekonomi Hijau; Daerah Perbatasan.

Abstract: The problems faced by the Women Farmers Group (KWT) within the working area of the Agricultural Extension Center (BPP) include suboptimal productivity and skills in environmentally friendly packaging as well as digital marketing of KWT products. The objective of this community service program is to enhance the soft skills and hard skills of KWT members through a guidance and mentoring approach based on the *GROW Coaching Model* to implement the *green economy* in the border regions. The partner groups involved are KWT Tomat Intan and Karya Tani. The methods employed include socialization, extension services, workshops, and practicums involving 20 KWT members. Evaluation was conducted through direct observation and pre- and post-activity questionnaires, with success targets established. The results demonstrated improved packaging and digital marketing capabilities, with an average program implementation target achievement of 89.03%. Additionally, the economic value of products increased by 40% due to innovations in packaging and green economy-based digital marketing strategies. This community service is expected to strengthen the economic independence of KWT members sustainably and enhance their competitiveness in the border regions.

Keywords: Women Farmers Group; *GROW Coaching Model*; Green Economy; Border Area.



Article History:

Received: 26-07-2025
Revised : 04-08-2025
Accepted: 12-08-2025
Online : 20-08-2025



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Upaya peningkatan produktivitas Kelompok Wanita Tani (KWT) di wilayah kerja Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Bengkayang merupakan strategi penting dalam mendorong pengembangan ekonomi lokal dan penerapan konsep *green economy*. Kecamatan Bengkayang yang berada di daerah perbatasan NKRI dengan Malaysia menyimpan potensi pertanian yang besar. Namun, berbagai kendala seperti keterbatasan akses teknologi dan pengetahuan pemasaran yang memadai menjadi hambatan yang krusial (Kristiana et al., 2024). Oleh karena itu, peningkatan produktivitas harus difokuskan pada penguatan kapasitas melalui inovasi yang relevan agar dapat meningkatkan daya saing pasar.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh KWT adalah minimnya sistem pengemasan produk pasca panen yang efektif. Pengemasan yang optimal tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen dan nilai jualnya (Atlantika et al., 2024). Pengemasan yang kurang inovatif dan menarik membuat produk KWT sulit bersaing dengan produk dari produsen lain yang lebih besar dan mapan, sehingga produk sejenis dari KWT sering kali kurang diperhatikan di pasar meskipun kualitasnya sebanding (Arfian & Siregar, 2024). Pelatihan mengenai pengemasan ramah lingkungan diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dan kesadaran anggota KWT dalam menerapkan kemasan yang menarik dan berkelanjutan (Relawati et al., 2021).

Ketergantungan KWT pada metode pemasaran konvensional menjadi sebuah hambatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Sebagian besar anggota KWT belum memaksimalkan teknologi digital sebagai media pemasaran produk mereka (Handayani et al., 2025). Era digital menyediakan peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk (Andirwan et al., 2023). Namun, keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dalam penggunaan teknologi digital menjadi penghalang utama. Pelatihan pemasaran digital dan pemanfaatan *platform* daring perlu dilakukan untuk memberdayakan KWT meningkatkan daya tarik produk di pasar yang kompetitif.

Penerapan konsep *green economy* di Kecamatan Bengkayang, yang merupakan wilayah perbatasan, menjadi sangat krusial dalam menjaga keberlanjutan pertanian dan pelestarian lingkungan (Atlantika et al., 2025). Dengan mengintegrasikan praktik pertanian ramah lingkungan bersama inovasi digital dalam proses pengemasan dan pemasaran, KWT tidak hanya dapat meningkatkan produktivitas tetapi juga berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan (Amalia et al., 2024; Indahyani & Mags, 2023). Strategi ini sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan yang menekankan pentingnya keberlanjutan di berbagai sektor, terutama pertanian di daerah perbatasan. Meskipun memiliki potensi yang besar, KWT di Kecamatan Bengkayang menghadapi berbagai tantangan, antara

lain keterbatasan akses terhadap teknologi dan pelatihan berkaitan dengan pengemasan dan pemasaran produk. Ketidaktahuan dalam pemanfaatan platform digital juga menjadi hambatan utama dalam memperluas jaringan pasar (Doss, 2018; Handayani et al., 2025). Kendala tersebut tidak hanya menghambat produktivitas tetapi juga menurunkan daya saing produk KWT di pasar lokal maupun regional.

Untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut, pelatihan yang terpadu berbasis *Grow Coaching Model* dapat diterapkan sebagai strategi penguatan kapasitas anggota KWT. Model ini menyediakan pendampingan yang berkelanjutan dan adaptif dalam meningkatkan kemampuan teknis pengemasan dan pemasaran digital. Melalui pelatihan ini, anggota KWT dapat mengembangkan keterampilan baru yang relevan serta mendapatkan motivasi untuk berinovasi dalam pengelolaan produk pascapanen sehingga dapat bersaing secara optimal (Indiarto et al., 2025; Kristiana et al., 2024). Penerapan inovasi dalam pengemasan dan pemasaran digital diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan produktivitas kelompok serta nilai jual produk. Produk dengan kemasan yang menarik dan ramah lingkungan serta pemasaran berbasis platform digital mampu menarik perhatian konsumen secara lebih luas sehingga meningkatkan volume penjualan (Relawati et al., 2021). Dampak tersebut tidak hanya memperkuat posisi KWT di pasar, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan ketahanan komunitas di Kecamatan Bengkayang. Peningkatan produktivitas KWT melalui inovasi pengemasan dan pemasaran digital yang berlandaskan prinsip *green economy* merupakan solusi strategis yang relevan dengan kondisi wilayah Kecamatan Bengkayang. Langkah ini mendukung peningkatan kesejahteraan anggota KWT dan sekaligus mendukung tujuan pembangunan berkelanjutan, terutama di wilayah perbatasan yang memiliki karakteristik ekonomi dan sosial yang khas (Sofyani et al., 2025).

Penelitian terdahulu menegaskan bahwa pemberdayaan perempuan dalam sektor pertanian memegang peranan strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Penelitian terbaru mengindikasikan bahwa adopsi teknologi digital dalam pemasaran serta pengemasan produk agribisnis dapat meningkatkan daya saing produk kelompok wanita tani (KWT), sekaligus mengintegrasikan prinsip-prinsip *green economy* yang bertujuan menjaga kelestarian lingkungan (Lidder et al., 2025). Inovasi pemasaran digital, terutama pemanfaatan media sosial dan *platform e-commerce*, terbukti efektif dalam memperluas jaringan pasar dan meningkatkan pendapatan para anggota KWT (Dong et al., 2024). Selanjutnya, penerapan metode pembelajaran berbasis PBL dalam pendampingan turut memperkuat kemampuan inovasi produk yang responsif terhadap kebutuhan pasar (Kim, 2023). Konteks *green economy* dalam pengelolaan sumber daya alam mendukung keseimbangan ekosistem sekaligus menanggapi tantangan sosial-ekologis yang khas di wilayah

perbatasan (Jeziarska et al., 2022). Dengan demikian, pengintegrasian pengembangan kapasitas sumber daya manusia, pemasaran digital, dan inovasi produk sangat esensial dalam mendukung keberlanjutan ekonomi dan lingkungan khususnya dalam konteks pendampingan KWT.

Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas Kelompok Wanita Tani (KWT) di wilayah kerja Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Bengkayang melalui pengemasan dan pemasaran produk berbasis digital. Program ini juga diorientasikan untuk mengimplementasikan konsep *green economy* di daerah perbatasan Indonesia-Malaysia, dengan harapan dapat menjaga keberlanjutan lingkungan serta memperkuat ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, kegiatan ini mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals (SDGs)*, khususnya dalam aspek *Responsible Consumption and Production, Gender Equality, dan Climate Action*.

Kegiatan ini dilakukan melalui kolaborasi tiga rumpun ilmu, yaitu kewirausahaan, manajemen, dan teknologi informasi, dengan dukungan mahasiswa dari ketiga program studi tersebut. Pelaksanaan mencakup beberapa aspek kunci: pelatihan pengemasan produk yang menarik dan ramah lingkungan guna meningkatkan daya tarik pasar; pelatihan pemasaran digital yang meliputi penggunaan media sosial dan *platform e-commerce*; literasi pasar, termasuk analisis tren dan harga untuk meningkatkan pemahaman kebutuhan konsumen; serta pengembangan produk baru melalui sesi *brainstorming* berbasis *Problem Based Learning (PBL)*. Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk mengukur kemajuan dan mengoptimalkan program sesuai kebutuhan anggota KWT. Diharapkan melalui kegiatan ini kualitas sumber daya manusia anggota KWT akan meningkat sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin dinamis. Peningkatan produktivitas serta perluasan akses pasar akan memperkuat posisi ekonomi KWT dan secara langsung mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, implementasi praktik pertanian berkelanjutan yang berbasiskan *green economy* diharapkan turut menjaga keseimbangan ekosistem di wilayah perbatasan.

B. METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam pengabdian ini adalah KWT Intan Jaya dan KWT Karya Tani Kecamatan Bengkayang binaan UPT BPP. Jumlah anggota aktif KWT Tomat Intan berjumlah 23 anggota aktif dan KWT Karya Tani berjumlah 20 anggota aktif. Partisipasi Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Bengkayang sebagai mitra sasaran dalam kegiatan peningkatan produktivitas Kelompok Wanita Tani (KWT) di Kecamatan Bengkayang sangat penting, karena mereka berperan dalam memberikan penyuluhan dan pendidikan kepada anggota KWT mengenai teknik pertanian yang baik. Selain itu, Balai Penyuluhan juga berfungsi sebagai fasilitator dalam

menghubungkan KWT dengan sumber daya, informasi, dan jaringan yang diperlukan untuk mengimplementasikan praktik pertanian berkelanjutan dan *green economy* hingga proses monitoring/evaluasi secara berkala pasca kegiatan, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara khusus KWT di daerah perbatasan.

Tahapan pra-pelaksanaan yang dilakukan dengan mengunjungi lapangan secara langsung ke lokasi KWT untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai kondisi aktual kelompok. Observasi ini mencakup analisis aktivitas produksi hasil KWT, proses pengemasan, strategi pemasaran, serta tantangan yang dihadapi oleh anggota kelompok. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara terstruktur dengan anggota KWT dan pengamatan langsung terhadap proses operasional. Temuan dari observasi ini menjadi dasar untuk menyusun tahapan pelaksanaan pendampingan yang tepat dan kontekstual. Berdasarkan data observasi, dilakukan identifikasi kebutuhan kompetensi anggota KWT yang meliputi aspek teknis pengemasan, pemahaman pemasaran digital, kesadaran akan prinsip *green economy*, serta kemampuan inovasi produk. Proses pemetaan ini dilakukan melalui diskusi terfokus dan pendistribusian kuesioner yang dirancang khusus untuk mengenali kesenjangan kompetensi dan preferensi belajar para peserta. Hasil pemetaan memberikan gambaran komprehensif yang menjadi acuan dalam perancangan modul pelatihan yang relevan dan responsif terhadap kebutuhan aktual. Materi pelatihan dikembangkan secara sistematis berdasarkan hasil pemetaan kebutuhan, meliputi praktik pengemasan produk yang ramah lingkungan, teknik pemasaran digital melalui *platform website*, serta pengenalan konsep *green economy* yang aplikatif dalam konteks lokal. Selain itu, bahan pelatihan juga mengadopsi pendekatan pembelajaran berbasis PBL yang bertujuan untuk mendorong kreativitas dan inovasi produk melalui pemecahan masalah secara kolaboratif. Penyajian materi dibuat interaktif dan praktis agar materi mudah dicerna dan dapat langsung diimplementasikan oleh anggota KWT.

Tahapan pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan bentuk ceramah, *FGD* berbasis *Problem-Based Learning (PBL)*, dan *Workshop*. Tahapan dilaksanakan dengan pendekatan *GROW Coaching Model (Goal, Reality, Options, Will)*. Model ini menyediakan kerangka kerja yang menyeluruh untuk membantu individu dan kelompok mencapai tujuan serta melakukan perubahan perilaku yang konstruktif. Dengan menetapkan tujuan yang spesifik, memahami kondisi saat ini, menjelajahi berbagai opsi, berkomitmen untuk mengambil tindakan, dan memperoleh dukungan, individu dapat lebih efektif dalam menghadapi tantangan dan mencapai hasil yang diinginkan (Purnasari et al., 2023). Tahapan metode ini diperlihatkan pada Gambar 1.



Gambar 1. *GROW Coaching Model*

Berdasarkan pendekatan pelaksanaan berbasis *GROW Coaching Model* (*Goal, Reality, Options, dan Will*), berikut rencana tahapan kegiatan.

Tabel 1. Tahapan Pelaksanaan Pendampingan Dengan Pendekatan *GROW Coaching Model*

Tahapan	Deskripsi	Rencana Kegiatan
<i>Goal</i>	Menetapkan tujuan pelatihan: Meningkatkan keterampilan pengemasan anggota KWT untuk meningkatkan daya saing produk di pasar.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Melaksanakan pertemuan bersama KWT untuk mendeskripsikan tujuan spesifik kegiatan. 2) Menyusun daftar tujuan yang telah dirumuskan. 3) Pengenalan pengemasan
<i>Reality</i>	Mengidentifikasi realitas saat ini: Mengetahui keterampilan pengemasan yang dimiliki anggota KWT dan tantangan yang dihadapi.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Identifikasi jenis kemasan yang beredar dipasar dengan produk yang dihasilkan KWT. 2) Mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan kemasan.
<i>Options</i>	Menyusun berbagai pilihan solusi: Mengidentifikasi berbagai metode dan teknik pengemasan yang dapat diterapkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Identifikasi bahan kemasan yang ramah lingkungan. 2) Menyusun teknik pengemasan sesuai dengan lingkungan pemasaran yang ingin dicapai.
<i>Will</i>	Menyusun berbagai pilihan solusi: Mengidentifikasi berbagai metode dan teknik pengemasan yang dapat diterapkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Penyusunan rencana aksi pasca pelatihan dan praktik pengemasan. 2) Penetapan target pemasaran 3) Pembagian kelompok penugasan dan tanggung jawab sesuai kelompok produk KWT.

Dalam mengukur keberhasilan pelaksanaan kegiatan, maka ditentukan target minimal capaian keberhasilan pelaksanaan pengabdian pada masyarakat berdasarkan tujuan dan konteks program yang dijalankan. Evaluasi kegiatan dilaksanakan secara komprehensif dengan kombinasi berbagai metode penilaian untuk mengukur efektivitas dan dampak kegiatan. Metode evaluasi yang digunakan meliputi kuisioner survey dengan menggunakan skala likert yang tertuang dalam *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta. Proses diskusi kelompok terfokus FGD berbasis PBL yang bersifat evaluatif untuk memperoleh umpan balik dan menggali pengalaman serta kendala lapangan secara mendalam. Target minimal capaian diperlihatkan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Indikator Minimal Capaian Target Pelaksanaan Kegiatan

Indikator Capaian
80% peserta dapat memahami/menjelaskan manfaat pengemasan dan pemasaran terkait materi <i>green economy</i> .
70% peserta dapat membuat desain kemasan yang kreatif berorientasi ramah lingkungan.
80% peserta dapat melakukan proses pengemasan dengan menggunakan minimal 3 jenis bahan kemasan ramah lingkungan.
80% peserta dapat menyusun rencana rancangan konten pemasaran serta melakukan pemasaran produk berbasis digital menggunakan <i>platform website</i> .
80% peserta merasa puas terhadap pelaksanaan program yang dilakukan oleh tim.

Adapun lokasi pelaksanaan kegiatan ini dilakukan di BPP Kecamatan Bengkayang, Laboratorium Komputer dan Laboratorium Kewirausahaan Institut Shanti Bhuna Bengkayang.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahapan Pra-Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahapan pertama Pertemuan bersama Pembina KWT BPP dilaksanakan sebagai langkah awal untuk merumuskan dan mendeskripsikan tujuan spesifik kegiatan secara bersama-sama, yang kemudian dituangkan dalam daftar tujuan terstruktur sebagai acuan pelaksanaan yang jelas dan sistematis. Selanjutnya, dilakukan pengenalan teknik pengemasan produk sebagai bagian dari upaya peningkatan kapasitas anggota KWT, tidak hanya dari aspek teknis tetapi juga untuk membangun kesadaran akan pentingnya nilai tambah produk dalam mendukung kesejahteraan dan kemandirian komunitas. Pendekatan ini mengedepankan kolaborasi dan pemberdayaan yang berkelanjutan, sehingga diharapkan seluruh rangkaian kegiatan dapat memberikan dampak positif yang nyata bagi pengembangan kapasitas masyarakat serta peningkatan kualitas dan daya saing produk mereka. Pada tahapan ini didapatkan rancangan materi

pembahasan dalam kegiatan pengabdian, berikut materi kegiatan diperlihatkan pada Tabel 3.

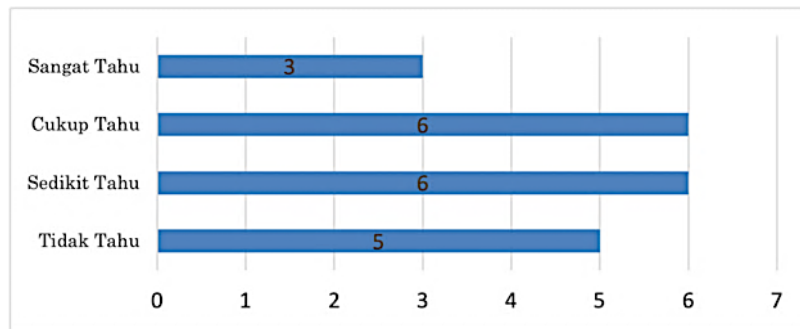
Tabel 3. Rancangan Materi Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat

Sesi	Materi Pembahasan	Deskripsi Target	Metode Pendampingan
1	Pengenalan Pengemasan dan <i>Green Economy</i>	1. Pengenalan produk kemasan ramah lingkungan dalam menunjang implementasi <i>green economy</i> . 2. Pemaparan tujuan kegiatan	Diskusi (BPP Kecamatan Bengkayang)
2	Pelatihan Desain Kemasan	1. <i>Workshop</i> kreatif dalam merancang kemasan 2. Diskusi mengenai elemen desain kemasan	Praktik dan Diskusi (Lab Komputer)
3	Desain Kemasan Ramah Lingkungan (<i>Green economy</i>)	1. <i>Workshop</i> teknik pengemasan menggunakan kemasan ramah lingkungan 2. Studi kasus dan diskusi pengemasan ramah lingkungan 3. <i>Brainstorming</i> berbasis <i>Problem Based Learning (PBL)</i>	Praktik dan Diskusi (Lab Komputer/Lab Kewirausahaan) berbasis
4	Teknik Pengemasan	1. Demonstrasi teknik pengemasan. 2. Praktik teknik pengemasan	Praktik (Lab Kewirausahaan)
5	Perencanaan Pemasaran Produk KWT Berbasis Digital	1. Praktik penyajian materi pemasaran 2. Konten produk berbasis digital 3. Pengenalan penggunaan <i>platform e-commerce</i>	Praktik dan Diskusi (Lab Komputer)
6	Pemasaran Berbasis Digital	1. Pemasaran melalui <i>website</i> . 2. Pemasaran melalui <i>platform e-commerce</i>	Praktik dan Diskusi (Lab Komputer)

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat

Tindaklanjut dari perencanaan kegiatan yang dilakukan sebelumnya adalah pelaksanaan kegiatan pengenalan kemasan berbasis *green economy* kepada KWT. Peserta kegiatan terdiri dari 20 peserta dengan metode penyampaian materi ceramah. Berdasarkan sesi ini juga digambarkan mengenai tingkat pengetahuan mengenai sistem pengemasan ramah lingkungan yang diukur melalui kuesioner dan narasi-deskriptif. Tingkat

pengetahuan awal pengemasan ramah lingkungan diperlihatkan oleh Gambar 2.



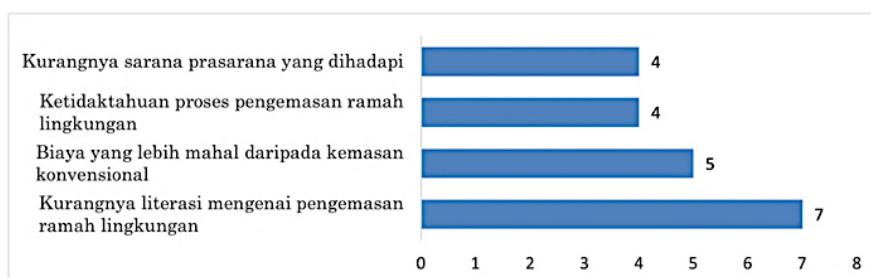
Gambar 2. Pengetahuan KWT mengenai Pengemasan Produk Ramah Lingkungan

Kelanjutan dari sesi pertama dilanjutkan pada sesi kedua mengenai daya saing sistem pengemasan ramah lingkungan pada produk yang dihasilkan oleh KWT, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sesi 2 Pengenalan Pengemasan dan *Green Economy*

Pada sesi 2 ini digambarkan mengenai tantangan yang dihadapi oleh KWT dalam menerapkan sistem pengemasan ramah lingkungan. Anggota KWT mengungkapkan beberapa faktor yang menjadi tantangan dan hambatan, yaitu kurangnya literasi mengenai pengemasan ramah lingkungan, biaya yang lebih mahal daripada kemasan konvensional, ketidaktahuan proses pengemasan ramah lingkungan, dan kurangnya sarana prasarana yang dihadapi.



Gambar 4. Tantangan KWT Dalam Implementasi Pengemasan Produk Ramah Lingkungan

Dalam merespon temuan atas faktor-faktor kurangnya implementasi *green economy* pada kemasan produk yang dihasilkan, tim bersama mitra melakukan FGD berbasis PLB untuk memformulasikan teknik pengemasan yang dapat diimplementasikan oleh KWT, seperti terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. FGD Berbasis PBL Dalam Merumuskan Rencana Kegiatan *Workshop*

Hasil dari FGD merumuskan beberapa Solusi, diantaranya:

- a. Melaksanakan pelatihan dasar desain label/segel kemasan menggunakan *Platform Canva*.
- b. Melaksanakan *workshop* sistem pengemasan berbasis *green economy*.
- c. Kemasan yang akan digunakan meliputi oxium, biodegradable, box sugarca, tella beg, dan *eco-polymailer*.
- d. Melaksanakan pelatihan penggunaan sistem pemasaran berbasis digital *website*, khusus produk-produk yang dihasilkan KWT Kecamatan Bengkayang.

Kegiatan selanjutnya dilaksanakan dalam bentuk *workshop* desain kemasan yang berlandaskan *green economy* serta aspek pemasaran digital pada produk KWT.

- a. *Workshop* Desain Kemasan Ramah Lingkungan (*green economy*)
Kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan *Platform Canva*. *Workshop* berlangsung di Lab. Komputer Institut Shanti Bhuna dengan jumlah 20 peserta. Dalam pelaksanaan *workshop* dengan fokus pada desain kemasan produk ramah lingkungan, peserta secara sistematis diperkenalkan pada penggunaan Canva mulai dari prosedur pembuatan akun, pemilihan template yang relevan dengan kemasan produk hijau, serta pengaturan elemen desain yang menonjolkan aspek keberlanjutan dan estetika ramah lingkungan. Selanjutnya, peserta melakukan praktik langsung untuk mendesain kemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mencerminkan nilai-nilai ramah lingkungan, seperti penggunaan warna alami, simbol daur ulang, dan informasi ekologis. Pengenalan fitur lanjut Canva, seperti pemanfaatan elemen grafis khusus, ikon, dan animasi sederhana, digunakan untuk memperkaya desain

kemasan agar lebih komunikatif dan menarik pasar sadar lingkungan. Sesi diskusi dan tanya jawab difokuskan pada tantangan dan solusi dalam mendesain kemasan berkelanjutan serta aplikasi praktis dalam konteks usaha mikro atau kecil yang mengedepankan produk ramah lingkungan. *Workshop* diakhiri dengan evaluasi kritis atas hasil rancangan kemasan peserta dan refleksi mengenai kontribusi desain kemasan terhadap promosi produk hijau dan pengembangan usaha berkelanjutan, memastikan pelaksanaan *workshop* berjalan terstruktur dan memberikan dampak yang signifikan bagi peningkatan kesadaran serta daya saing produk ramah lingkungan di Masyarakat, seperti terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. *Workshop* Desain Kemasan Ramah Lingkungan (*Green Economy*)

b. *Workshop* teknik pengemasan

Proses pelaksanaan *workshop* teknik pengemasan dengan penerapan kemasan ramah lingkungan diawali dengan pemaparan mengenai prinsip dasar pengemasan berkelanjutan serta peran krusialnya dalam menjaga kelestarian lingkungan. Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan di Lab. Kewirausahaan Institut Shanti Bhuna. Peserta diperkenalkan pada beragam jenis bahan kemasan yang memiliki sifat ramah lingkungan, seperti kertas daur ulang, bahan biodegradable, dan material alami yang mudah terdegradasi. Tahapan berikutnya meliputi pelatihan praktis terkait teknik pengemasan yang mengedepankan efektivitas, fungsionalitas, dan estetika, dengan fokus pada pengurangan limbah serta pengoptimalan pemanfaatan bahan kemasan. Selanjutnya, peserta melaksanakan aktivitas penempelan label produk pada kemasan, dimana label tersebut merupakan hasil desain yang sudah dibuat pada sesi *workshop* sebelumnya menggunakan platform desain Canva, sehingga dapat menciptakan identitas produk yang konsisten dan profesional. Sepanjang proses, diadakan diskusi interaktif untuk menggali tantangan riil yang ditemui dalam penerapan kemasan ramah lingkungan, khususnya bagi pelaku usaha mikro dan kecil, sekaligus membahas solusi pragmatis yang dapat diimplementasikan.

Workshop kemudian ditutup dengan evaluasi menyeluruh terhadap hasil pengemasan yang dihasilkan, dengan penilaian terhadap aspek kreativitas, fungsi, serta keberlanjutan lingkungan, serta refleksi kolektif mengenai kontribusi teknik pengemasan ramah lingkungan dalam mendukung pengembangan produk yang bertanggung jawab dari segi sosial dan ekologi. Berdasarkan hasil pengemasan yang dilakukan, peningkatan nilai ekonomis terhadap produk KWT yang dikemas berbasis *green economy* sebesar 40% ditinjau dari biaya produksi dan penentuan harga pokok penjualan produk.

c. *Workshop* perencanaan pemasaran produk KWT berbasis digital

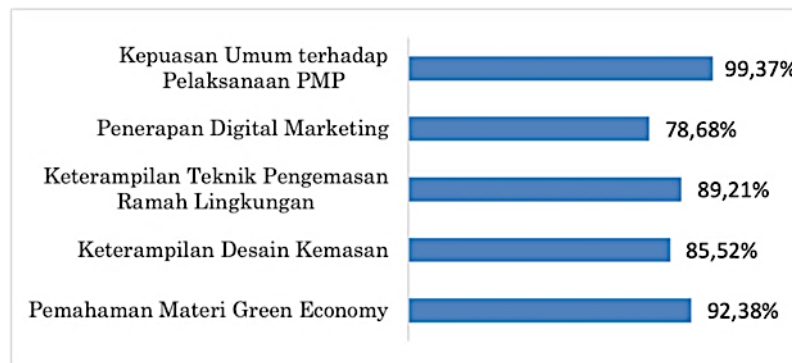
Proses pelaksanaan *workshop* terakhir yang merupakan kelanjutan dari dua kegiatan pengabdian sebelumnya yaitu berfokus pada perencanaan pemasaran produk Kelompok Wanita Tani (KWT) berbasis digital melalui pembuatan dan pengelolaan website. Kegiatan ini dilaksanakan di Lab. Komputer Institut Shanti Bhuana. Pada tahap awal, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya pemasaran digital dan peran website sebagai media strategis untuk memperluas jangkauan pasar produk KWT. Selanjutnya, peserta dibimbing secara praktis dalam merancang struktur dan konten website yang efektif, termasuk pengaturan halaman produk, fitur interaktif, serta penyajian informasi yang menarik dan informatif sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar. *Workshop* juga mengajarkan cara mengoptimasi website agar mudah ditemukan melalui mesin pencari (SEO), serta teknik dasar pengelolaan dan pemeliharaan website demi menjaga performa dan kontinuitas pemasaran. Diskusi interaktif berlangsung untuk mendiskusikan strategi pemasaran digital, tantangan teknis, dan cara mengatasi hambatan dalam pemanfaatan teknologi digital oleh anggota KWT. *Workshop* ditutup dengan simulasi presentasi strategi pemasaran digital melalui website dan evaluasi rencana pemasaran secara menyeluruh, mendorong peserta untuk menerapkan ilmu yang diperoleh secara langsung demi meningkatkan daya saing produk pada era digital di daerah perbatasan Negara Republik Indonesia dan Malaysia, seperti terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7. *Workshop* Perencanaan Pemasaran Produk KWT Berbasis Digital

3. Tahapan Evaluasi Pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat

Dengan dilaksanakannya seluruh rangkaian pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini, capaian target kompetensi dan evaluasi kegiatan yang diharapkan diperlihatkan pada Gambar 8.



Gambar 8. Evaluasi Ketercapaian Target Pelaksanaan Program

Berdasarkan hasil evaluasi ketercapaian target pelaksanaan program yang telah dilaksanakan, diperlihatkan bahwa persentase capaian penerapan digital marketing berbasis *website* yang belum mencapai target 80% pada pemasaran produk pertanian oleh kelompok wanita tani di daerah perbatasan terutama disebabkan oleh literasi akan pemasaran berbasis digital baru diterima pada saat program ini saya sehingga KWT membutuhkan waktu untuk meningkatkan literasi mengenai hal tersebut. Selain itu tidak tercapainya target mengenai penerapan digital marketing dikarenakan keterbatasan infrastruktur internet.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan program menunjukkan bahwa adanya peningkatan literasi dan keterampilan pengemasan produk yang dihasilkan KWT. Selain itu, pencapaian penerapan pemasaran digital berbasis *website* oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) di wilayah perbatasan belum mencapai target yang diharapkan. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya literasi digital pemasaran yang baru mulai diperkenalkan dalam program ini sehingga membutuhkan waktu bagi KWT untuk beradaptasi dan meningkatkan kemampuan tersebut. Selain itu, keterbatasan infrastruktur internet menjadi faktor penghambat signifikan dalam implementasi digital marketing. Kondisi geografis yang sulit dijangkau dan minimnya fasilitas telekomunikasi menyebabkan akses internet yang lambat dan tidak stabil, sehingga menurunkan efektivitas pengelolaan pemasaran digital.

Fenomena ini menjadi tantangan utama yang perlu mendapat perhatian dalam pengembangan program selanjutnya agar digitalisasi pemasaran dapat tercapai secara optimal. Fenomena ini juga menjadi kendala pelaksanaan program ini. Solusi atas evaluasi ini Penyuluh BPP Kecamatan Bengkayang akan memberikan sarana penggunaan *website* pemasaran dengan menggunakan akses internet di perkantoran UPT BPP Kecamatan

Bengkayang. Dengan harapan KWT tetap bisa memasarkan produk yang dihasilkan melalui *website* dengan bantuan penyuluhan BPP dalam mengakses *website* pemasaran produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian Pada Masyarakat Institut Shanti Bhuana mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi RI yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini dalam Skema Hibah Pengabdian Masyarakat Pemula (PMP) tahun 2025 sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Institut Shanti Bhuana dan Mitra Sasaran UPT BPP Kecamatan Bengkayang, Kabupaten Bengkayang, Kalimantan Barat.

DAFTAR RUJUKAN

- Afridhianika, A. N., & Lestari, R. D. (2025). Strategi pemasaran digital di bidang agribisnis pertanian perbaikan daya saing produk lokal. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(2), 2925–2932.
- Amalia, F., Saefullah, A., Yolita, R. P., Rumua, Y., Yuliansyah, M. F., Khaila, P., Nurhidayat, M., Pratama, K. P., Putri, A. M., & Rahmadini, A. S. (2024). Kolaborasi Mahasiswa Dalam Pembangunan Agrowisata Di Kelompok Wanita Tani Garuda 12 Cipayung Kecamatan Ciputat. *Journal of Community Research & Engagement*, 1(1), 36–48.
- Andirwan, A., Asmita, V., Zhafran, M., Syaiful, A., & Beddu, M. (2023). Strategi pemasaran digital: Inovasi untuk maksimalkan penjualan produk konsumen di era digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 2(1), 155–166.
- Arfian, A., & Siregar, J. (2024). Strategi Peningkatan Daya Saing Dan Nilai Tambah Melalui Sosialisasi Desain Kemasan Produk Umkm Di Desa Sirnajaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bersinergi Inovatif*, 2(1), 149–154.
- Atlantika, Y. N., Lumbantobing, W. L., Salfarini, E. M., & Beni, S. (2024). Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Pengemasan Produk Ekonomi Di SMKN 1 Bengkayang. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 13–24.
- Atlantika, Y. N., Vuspitasari, B. K., & Salfarini, E. M. (2025). Digital-Based Educational Strategies For Msmes In Border Areas To Implement A Green Economy. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 755–764.
- Auliya, R. T. (2024). Analisis Tantangan dan Peluang Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Mengembangkan Bisnis UMKM di Kota Semarang. *Journal of Islamic Entrepreneurship and Business Research*, 1(2), 93–102.
- Dong, S., Wang, N., Fan, C., Chen, S., & Zhang, L. (2024). E-commerce and rural women entrepreneurship—Based on the quasi-natural experiment of “comprehensive demonstration policy” for E-commerce in rural areas. *Economic Analysis and Policy*, 83, 749–765.
- Doss, C. R. (2018). Women and agricultural productivity: Reframing the Issues. *Development Policy Review: The Journal of the Overseas Development Institute*, 36(1), 35–50. <https://doi.org/10.1111/dpr.12243>
- Handayani, L., Pakpahan, S., Rusda, D., Julyanto, L., Erang, B. R., & Ambarwati, K. (2025). Pelatihan Peningkatan Pengetahuan Kelompok Wanita Tani Alam Lestari Dalam Pengelolaan Usaha Pertanian. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 6(1), 45–53.

- Indahyani, R., & Maga, L. (2023). Alternatif Kebijakan dalam pembangunan pertanian berkelanjutan di Provinsi Papua. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 21(1), 111–131.
- Indiarto, R., Subroto, E., Fedryansyah, M., & Al Adawiah, R. (2025). Peningkatan Daya Saing Umkm Kue Berbasis Inovasi Digital Dalam Pemasaran. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 9(2), 1521–1532.
- Jeziarska-Thöle, A., Gwiazdzińska-Goraj, M., & Dudzińska, M. (2022). Environmental, social, and economic aspects of the green economy in polish rural areas—a spatial analysis. *Energies*, 15(9), 3332.
- Kim, E. (2023). Sustainable new product development for ten thousand villages, a fair-trade social enterprise: Empowering women and economic development through problem-based service learning. *Sustainability*, 15(8), 6452.
- Kristiana, N. A. D., Huda, M. S., Tsaabita, O. S., Mukti, N. R., Fatiha, N. N., & Rasyid, M. N. (2024). Pemanfaatan Potensi Produk Lokal Dalam Agribisnis Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Desa Kedungsono, Kecamatan Bulu, Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(10), 7476–7483.
- Lidder, P., Cattaneo, A., & Chaya, M. (2025). Innovation and technology for achieving resilient and inclusive rural transformation. *Global Food Security*, 44, 100827. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.gfs.2025.100827>
- Purnasari, P. D., Didik Saputro, T. V., Silvester, & Sadewo, Y. D. (2023). Primary Teacher Working Group Assistance in the Indonesia-Malaysia Border Area to Design the Annual Work Program. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 636–643. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i3.14519>
- Relawati, R., Ariadi, B. Y., & Tain, A. (2021). Eco-friendly packaging training for women farmers group to support digital marketing in Tawangargo Village, Malang Regency. *Community Empowerment*, 6(5), 849–855. <https://doi.org/10.31603/ce.4531>
- Sofyani, H., Darsono, S. N. A. C., Amalia, R., Arundaya, F. A., & Putra, A. Z. (2025). Strategi Scale Up Bisnis UMKM Kelompok Wanita Tani Berbasis Sustainability di Desa Awu-Awu Purworejo. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 6(2), 55–69.