



PKM Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dengan Penguatan *Value Added* dan Pemasaran *Community Supported Agriculture*

Agustin Windianingsih¹, Mulki Siregar², Estu Mahanani³, Aisyah Hikmatur Romadhonah¹, Nihlah Hariro Romadhona¹, Urvia Rahmadani¹, Adinda Putri Salsabila Salvi¹, Idham Kholiq¹

¹Prodi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Jakarta, Jalan Balai Rakyat N0. 37, Jakarta Timur, Indonesia, 13120

²Prodi Teknik Industri, Universitas Islam Jakarta, Jalan Balai Rakyat N0. 37, Jakarta Timur, Indonesia, 13120

³Prodi Manajemen, Universitas Persada Indonesia YAI, Jalan Pangeran Diponegoro No. 74, Jakarta Pusat, Indonesia, 10430

*Email koresponden: windianingsih.agustin@gmail.com

ARTIKEL INFO

Article history

Received: 29 Sep 2025

Accepted: 3 Okt 2025

Published: 30 Nov 2025

Kata kunci:

CSA,
digital marketing,
value added,
laporan keuangan

Keywords:

CSA,
digital marketing,
value added,
financial reports

ABSTRAK

Pertanian perkotaan merupakan solusi inovatif dalam menjawab tantangan ketahanan pangan di tengah pesatnya urbanisasi, khususnya di wilayah metropolitan seperti Jakarta. Melalui keterlibatan wanita dalam aktivitas ekonomi berbasis pertanian, tidak hanya ketahanan pangan yang meningkat, tetapi juga kesejahteraan ekonomi keluarga dapat ditingkatkan. Sebagai bentuk kontribusi nyata, Universitas Islam Jakarta melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bersama D'Shafa, komunitas tani perkotaan di Jakarta yang berfokus pada pengembangan pertanian berkelanjutan. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa dalam menciptakan nilai tambah pada produk olahan mereka, sekaligus meningkatkan kapasitas anggota dalam aspek pengelolaan keuangan dan pemasaran. Pelaksanaan PKM dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu edukasi, pelatihan, penerapan teknologi, evaluasi, dan memastikan keberlanjutan program. Kegiatan ini berhasil menciptakan nilai tambah produk melalui pemanfaatan mesin vacuum frying untuk menghasilkan keripik dari buah dan sayuran. Selain itu, anggota KWT D'Shafa juga memperoleh wawasan baru dalam penyusunan laporan keuangan sederhana serta strategi digital marketing. Program PKM ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan nilai ekonomi produk pertanian, tetapi juga memperkuat kapasitas kelompok wanita tani dalam aspek produksi, keuangan, dan pemasaran, sehingga mendukung terwujudnya ketahanan pangan dan kesejahteraan ekonomi yang berkelanjutan.

ABSTRACT

Urban agriculture is an innovative solution to the challenge of food security amid rapid urbanization, especially in metropolitan areas such as Jakarta. Through the involvement of women in agriculture-based economic activities, not only is food security improved, but family economic welfare can also be enhanced. As a form of tangible contribution, the Islamic University of Jakarta carried out Community Service (PKM) together with D'Shafa, an urban farming community in Jakarta that focuses on sustainable agriculture development. This activity aims to help the D'Shafa Women Farmers Group (KWT) in creating added value to their processed products, while also increasing the capacity of members in the aspects of financial management and marketing. The Community Service was carried out through five main stages, namely education, training, technology application, evaluation, and ensuring program sustainability. This activity succeeded in creating added value for products through the use of vacuum frying machines to produce chips from fruits and vegetables. In addition, KWT D'Shafa members also gained new insights into preparing simple financial reports and digital marketing strategies. This PKM program not only contributes to increasing the economic value of agricultural products but also strengthens the capacity of women farmers' groups in production, finance, and marketing, thereby supporting the realization of food security and sustainable economic well-being.



© 2025 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

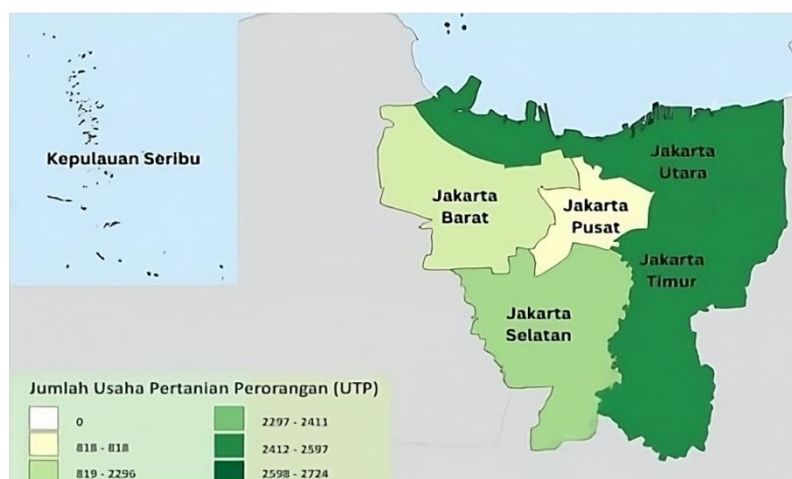
Asta Cita Pemerintah Indonesia menitikberatkan pada tiga hal yang relevan, yaitu Ketahanan Pangan, Penguatan Kewirausahaan, dan Pemberdayaan Perempuan. Agenda ini

sejalan dengan Fokus Riset Pangan-Pertanian RIRN yang menargetkan swasembada pangan. Dalam konteks ini, pertanian perkotaan (*urban farming*) yang banyak digerakkan oleh kelompok wanita, seperti KWT D'Shafa, dipandang sebagai pilar strategis. Mereka tidak hanya berperan dalam menyediakan pangan segar di tengah tekanan urbanisasi, tetapi juga merupakan potensi usaha mikro yang dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga (Ackerman, 2014).

Meskipun memiliki posisi strategis dan didukung oleh kebijakan nasional, KWT D'Shafa sebagai menghadapi sejumlah kendala (kesejangan) yang menghambat optimalisasi perannya, yaitu:

1. **Kesenjangan Produk dan Nilai Tambah:** Produk pertanian segar yang dihasilkan, seperti buah dan sayuran, memiliki umur simpan pendek dan nilai jual yang relatif rendah. Kelompok belum memiliki kemampuan untuk mengolah hasil panen menjadi produk olahan yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi, daya tahan lebih lama, dan cakupan pasar yang lebih luas.
2. **Kesenjangan Kemampuan Manajerial dan Pemasaran:** Keterbatasan pemahaman dalam penyusunan laporan keuangan sederhana menyebabkan kurangnya transparansi dan perencanaan usaha yang sehat. Selain itu, ketergantungan pada pemasaran konvensional membatasi jangkauan penjualan dan menghambat pertumbuhan usaha.

Di bawah ini disajikan [Gambar 1](#) dalam bentuk peta Jumlah Usaha Pertanian Perorangan (UTP) di wilayah DKI Jakarta (BPS, 2024).



Gambar 1. Peta Sebaran Usaha Pertanian Perkotaan di DKI Jakarta dan Lokasi KWT D'Shafa berada di wilayah Kel. Malakasari, Jakarta Timur

Dalam konteks KWT D'Shafa, wanita yang terlibat dalam kegiatan ekonomi mampu menghasilkan pendapatan melalui penjualan produk pertanian, dengan demikian, pertanian perkotaan tidak hanya berkontribusi pada ketahanan pangan, tetapi juga pada peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga. Berikut disajikan data jumlah rumah tangga dan usaha pertanian perorangan DKI Jakarta Tahun 2023 dengan [tabel 1](#) (BPS, 2024).

Nama Kabupaten/Kota	Jumlah Rumah Tangga Usaha Pertanian Perkotaan (Urban Farming)	Jumlah Usaha Pertanian Perorangan Urban Farming
Kepulauan Seribu	-	-
Jakarta Selatan	75	75
Jakarta Timur	59	59
Jakarta Pusat	17	17
Jakarta Barat	30	30
Jakarta Utara	18	18

Tabel 1. Jumlah Rumah Tangga dan Usaha Pertanian Perorangan DKI Jakarta Tahun 2023, dan D'Shafa salah satu Usaha Pertanian di wilayah Jakarta Timur sebanyak 59 Usaha

Pengaruh Penduduk yang terlibat dalam pertanian dapat memperkuat persatuan masyarakat melalui aktivitas fisik bertani (Yusof et al : 2017). Salah satu komunitas tani di Jakarta adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa. KWT D'Shafa berada di Kelurahan Malakasari, Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur. Kelompok Wanita Tani D'Shafa berfokus pada pengembangan pertanian perkotaan di Jakarta, yang dikelola untuk meningkatkan ketahanan pangan dan kesejahteraan ekonomi. KWT D'Shafa mengelola lahan kosong yang sebelumnya dijadikan tempat pembuangan sampah seluas 200M², berlokasi dekat Pasar Tradisional Klender, Malakasari, Jakarta Timur dan memulai aktivitasnya sejak 2018. Lahan tersebut ditanami berbagai macam sayuran secara konvensional maupun hidroponik, ada pun jenis sayuran yang ditanam di sini; seledri, pegagan, kangkung, pakcoy dan selada. Jenis sayuran *best seller* saat ini pada KWT D'Shafa adalah sayuran Kale.

Selain itu, KWT D'Shafa juga menggunakan model pertanian dalam ruangan, model pertanian ini banyak digunakan dikawasan perkotaan yang paling diakui dan efektif. Dimana tanaman ditanam dalam suhu kelembapan, dan cahaya yang cukup seperti di [gambar 2](#) (Wong et al : 2020).



Gambar 2. Model Pertanian Hidroponik yang dikembangkan di lahan pertanian perkotaan KWT D'Shafa



Namun dikarenakan kendala spesifikasi produk tidak terpenuhi maka produk yang ditolak diolah menjadi produk turunan berupa jus sayuran, keripik, selai dan makanan menu catering. Meskipun berhasil memproduksi berbagai hasil pertanian dan produk turunannya, KWT D'Shafa masih menghadapi kendala memasarkan produk. Tantangan ini tidak hanya menghambat potensi pendapatan anggota D'Shafa, tetapi juga mengancam keberlanjutan usaha yang mereka jalankan. Oleh sebab itu pemasaran efektif sangat penting untuk memastikan produk yang dihasilkan dapat mencapai konsumen dengan baik.

Salah satu pendekatan penting dalam meningkatkan pemasaran adalah penguatan nilai tambah produk (*Value Added Products*), yang tidak hanya meningkatkan kualitas dan daya tarik produk, tetapi juga memberikan keuntungan ekonomi yang lebih besar bagi petani. Selain itu, konsep *Community Supported Agriculture* (CSA) menawarkan model pemasaran yang inovatif, dimana konsumen berinvestasi dalam pertanian lokal dengan membeli produk langsung dari petani. Model ini lebih menjamin pasar bagi petani dan membangun hubungan yang lebih erat antara petani D'Shafa dan masyarakat sekitar.

Kegiatan ini bertujuan untuk membantu UMKM KWT D'Shafa dalam meningkatkan nilai tambah produk olahannya melalui lima tahapan metode, yaitu edukasi, pelatihan, penerapan teknologi, evaluasi, dan keberlanjutan program. Lima tahapan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini dianggap efisien karena anggota KWT D'Shafa tidak hanya mendapatkan penjelasan teori dalam pelatihan dan edukasi, tetapi juga melakukan evaluasi berkala terhadap kemajuan UMKM KWT D'Shafa dalam menerapkan teknik pemasaran dan digitalisasi manajemen keuangan.

MASALAH

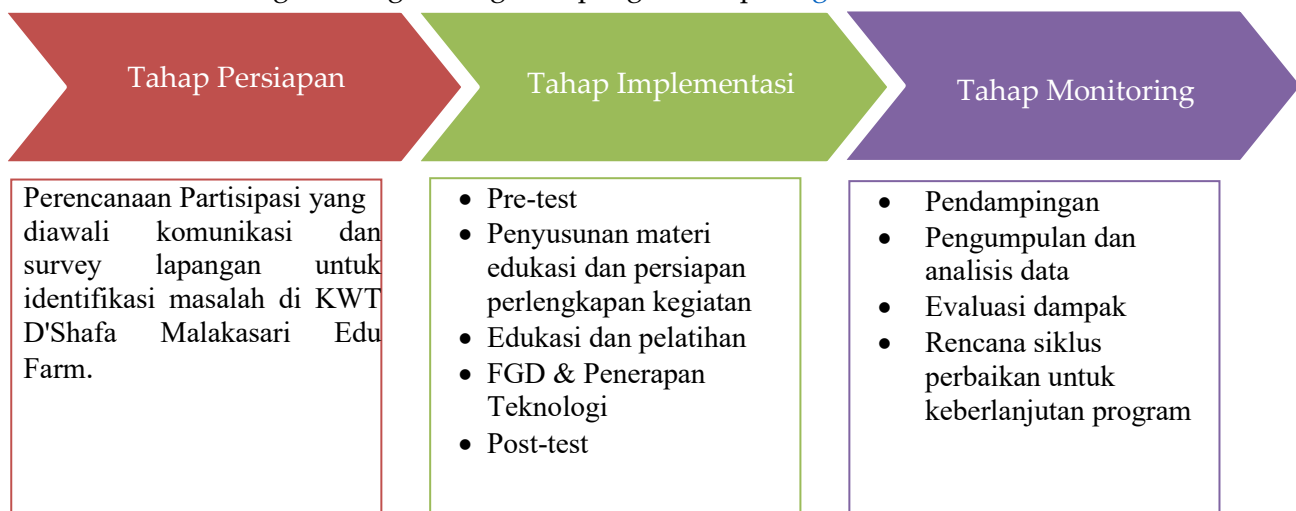
1. Sebagian besar produk pertanian masih dalam bentuk sayuran dan ikan mentah sehingga bernilai jual rendah, belum berbentuk makanan dan minuman olahan yang bervariasi, sehingga penting jika petani berkemampuan *value added product* terhadap produk pertaniannya.
2. Masih rendahnya kontribusi dan partisipasi komunitas di sekitar KWT D'Shafa untuk membeli produk-produk pertanian untuk mendukung keberlanjutan UMKM mereka.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini dilakukan oleh Dosen Prodi Ekonomi Syariah, Dosen Prodi Teknik Industri Universitas Islam Jakarta, Dosen Prodi Manajemen Universitas Persada Indonesia YAI, dan Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Islam Jakarta. Mitra sasaran pada pengabdian ini adalah KWT D'Shafa Malakasari Edu Farm, Duren Sawit, Jakarta timur, yang dihadiri 18 anggota KWT D'Shafa, pada tanggal 21 Agustus 2025 dengan durasi 6 jam. Metode yang digunakan melalui lima tahapan, yaitu: Edukasi, Pelatihan, Penerapan Teknologi, Evaluasi, dan Keberlanjutan program. Data awal dan akhir dikumpulkan menggunakan tes yang terdiri dari 23 soal menggunakan skala Likert. Soal-soal dirancang untuk mengukur pemahaman konsep pemasaran *Value Added*, *Digital Marketing* dan Keuangan Dasar. Pre-test diberikan sebelum dilaksanakan edukasi dan pelatihan, dan post-test diberikan setelahnya dengan soal yang setara.



Berikut ini adalah langkah-langkah kegiatan pengabdian pada [gambar 3](#):



Gambar 3. Bagan Alur Kegiatan Pengabdian Berbasis Participatory Action Research (PAR) untuk Pengembangan Kapasitas KWT D'Shafa

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan beberapa kali sesi pertemuan, dimana sesi pertama yaitu edukasi dan pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 26 Juli 2025 dan Sesi ke-2, yaitu FGD (Focus Group Discussion) dan penerapan teknologi (*vacuum frying*) yang dilaksanakan pada tanggal 21 Agustus 2025.

Kegiatan pertama yaitu edukasi dan pelatihan dengan memberikan tiga materi edukasi, diantaranya:

- Edukasi sesi pertama tentang *Value Added* dan *Community Supported Agriculture (CSA)*

Pengetahuan dan kemampuan memasarkan produk berdasarkan konsep *Value Added* dan CSA dipandang perlu untuk meningkatkan diversifikasi produk dan omzet penjualan yang dihasilkan KWT D'Shafa (Windianingsih & Darko). Pelatihan *value added product* (produk bernilai tambah) bertujuan untuk meningkatkan nilai ekonomi dari hasil pertanian yang dihasilkan oleh petani perkotaan. Dalam konteks pertanian kota, pelatihan ini sangat penting karena dapat membantu petani mengolah hasil pertanian mereka menjadi produk yang lebih bernilai, sehingga meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha mereka (Pawlak & Kołodziejczak, 2020). Selain itu pelatihan ini juga bertujuan untuk menciptakan branding produk, yaitu dengan cara pelatihan tentang cara mengemas produk agar menarik dan aman, serta pentingnya branding untuk meningkatkan daya tarik di pasar (Agustin : 2023).

Pelatihan *Community Supported Agriculture (CSA)* adalah model pertanian yang menghubungkan petani dan konsumen secara langsung. Dalam model ini, konsumen membeli "saham" dari hasil pertanian di awal musim tanam, yang memberikan petani modal untuk memulai produksi. Sebagai imbalannya, konsumen menerima hasil pertanian secara berkala sepanjang musim (Wadumestriga et al., 2021).



Gambar 4. Proses Edukasi Strategi Peningkatan Nilai Ekonomi melalui *Value Added* dan Penguatan Pasar melalui Konsep *Community Supported Agriculture* (CSA)

- Edukasi sesi kedua tentang Strategi Promosi Digital via Whatsapp dan Instagram untuk Marketplace Produk Pertanian.

Pada sesi ini diselenggarakan pelatihan digitalisasi marketing dengan konsep *Value Added* dan *Community Supported Agriculture* (CSA) (Elleby : 2020). Pelatihan ini bertujuan untuk memperluas jaringan pemasaran KWT D'Shafa, hal ini sesuai dengan kondisi yang dialami Kelompok Wanita Tani D'Shafa yang mengalami sulitnya memasarkan produk.



Gambar 5. Proses Edukasi Model *Digital Marketing Funnel* (AIDA) untuk Meningkatkan Jangkauan Pemasaran KWT D'Shafa. Pelatihan ini difokuskan pada penerapan kerangka AIDA (*Awareness, Interest, Desire, Action*) yang disesuaikan dengan usaha pertanian

- Edukasi sesi ketiga tentang Manajemen Keuangan Dasar

Melalui kegiatan ini, UMKM KWT D'Shafa akan memperoleh edukasi atau informasi tentang pentingnya memahami dasar-dasar manajemen keuangan (Wiwin et al., 2021). Sesi ini disertai simulasi praktis secara langsung dalam menggunakan perangkat lunak akuntansi agar melatih langsung dalam pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, dan penyusunan laporan keuangan. KWT D'Shafa dapat belajar cara mengoperasikan software, memahami fitur-fitur penting, dan menerapkan pengetahuan akuntansi secara real, sehingga meningkatkan efisiensi dan akurasi

dalam manajemen keuangan (Mahanani, 2018). Dengan membangun dan membuat *tools* dan aplikasi sederhana khusus bagi UMKM KWT D'Shafa untuk memperbarui teknik pemasaran dan digitalisasi manajemen keuangan (Wicaksono : 2021).

Simulasi praktis menggunakan perangkat lunak akuntansi, pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, dan penyusunan laporan keuangan. KWT D'Shafa dapat belajar cara mengoperasikan *software*, memahami fitur-fitur penting, dan menerapkan pengetahuan akuntansi secara real, sehingga meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam manajemen keuangan (Ranta: 2021).



Gambar 6. Proses Edukasi Peningkatan Literasi Keuangan melalui Pelatihan Penyusunan Laporan Laba-Rugi Sederhana dan Analisis Titik Impas (*Break-Even Point*)

Kegiatan kedua yaitu FGD (Focus Group Discussion) dan penerapan teknologi (*Vacuum Frying*), Kegiatan ini hanya dihadiri oleh beberapa anggota KWT D'Shafa. FGD dilakukan untuk bertukar informasi dan melakukan evaluasi terhadap kemajuan UMKM KWT D'Shafa dalam menerapkan teknik pemasaran dan digitalisasi manajemen keuangan guna mengukur keberhasilan kegiatan PKM sesi pertama. Tidak hanya itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mendiskusikan kendala apa saja yang masih dialami UMKM KWT D'Shafa setelah kegiatan pertama dilakukan. Dari hasil diskusi tersebut UMKM KWT D'Shafa masih mengalami dua kendala, yaitu:

- Kendala mengenai sertifikasi halal dan perpanjangan label halal. Sejauh ini produk yang dihasilkan tidak semua bersertifikasi halal, dikarenakan mereka masih belum paham apakah yang disertifikasi halal tersebut semua produk atau berdasarkan jenis atau kategori produk saja.
- Kendala dalam pembuatan desain produk yang menarik minat konsumen

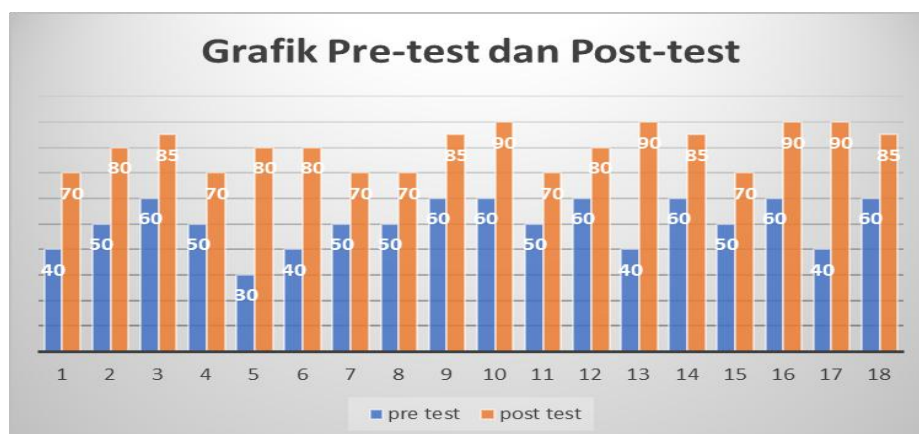
Selain FGD, kegiatan kedua ini juga diisi dengan penerapan teknologi (*Vacuum Frying*). penggunaan alat *vacuum frying machine* sesuai dengan konsep *Value Added Product*, alat ini digunakan untuk pembuatan keripik buah dan sayur free gluten. Sesuai dengan tujuan kegiatan ini yaitu meningkatkan kemampuan KWT D'Shafa dalam memberikan nilai tambah produk (*value added product*) yang dihasilkan menjadi produk olahan yang bervariasi, sehingga produk UMKM tersebut lebih terserap pasar.



Gambar 7. Proses Siklus *Participatory Action Research* (PAR) dalam Pengembangan Produk Olahan: (a) *Focus Group Discussion* (FGD) untuk Identifikasi Masalah dan Potensi, (b) Implementasi Teknologi *Vacuum Frying*

Berdasarkan hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan bersama Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa menghasilkan beberapa capaian yang signifikan. Pertama, Anggota KWT D'Shafa tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga terampil dalam praktik pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, hingga penyusunan laporan keuangan dengan bantuan perangkat lunak akuntansi. Hal ini sesuai dari hasil pre test dan post test yang telah dilakukan, berdasarkan hasil tersebut mayoritas anggota KWT D'Shafa sudah teredukasi dan biasa mempraktekkan media digital untuk mengoptimalkan pemasaran produk olahan hasil pertanian.

Rata-rata skor pre-test adalah 50 dan post-test adalah 80. Berdasarkan indikator keberhasilan yang ditetapkan (kenaikan skor rata-rata minimal 20 poin), dapat disimpulkan bahwa metode edukasi dan pelatihan ini efektif. Berikut disajikan hasil pre-test dan post-test dalam bentuk grafik.



Gambar 8. Grafik Pre-test dan Post-test KWT D'Shafa

Kedua, inovasi produk bernilai tambah berhasil diwujudkan melalui pemanfaatan mesin *vacuum frying*. Teknologi ini memungkinkan D'Shafa menghasilkan produk baru berupa keripik buah dan sayuran bebas gluten yang memiliki daya tarik pasar lebih tinggi.

Ketiga, dari sisi pemasaran, pendekatan CSA memperkuat hubungan antara KWT D'Shafa dengan konsumen sehingga menciptakan pasar yang lebih stabil. Keterampilan digital marketing



yang diperoleh juga membuka peluang lebih luas untuk menjangkau konsumen melalui marketplace online.

Keempat, kegiatan Focus Group Discussion (FGD) memberikan ruang evaluasi terhadap kendala yang dihadapi. Beberapa permasalahan yang teridentifikasi adalah keterbatasan pemahaman mengenai sertifikasi halal serta kebutuhan desain kemasan yang lebih menarik. Hal ini menjadi dasar untuk rencana pendampingan lanjutan, khususnya dalam sertifikasi halal dan pengembangan branding produk.

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk menciptakan dampak jangka panjang yang berkelanjutan dengan mengintegrasikan dengan kerangka teoretis yang mapan. Dampak peningkatan pendapatan dan kesejahteraan keluarga tidak hanya dilihat sebagai outcome ekonomi, tetapi sebagai bagian integral dari proses pemberdayaan perempuan (*women's empowerment*), sebagaimana dikemukakan oleh (Kabeer: 2015) yang mendefinisikan pemberdayaan sebagai kemampuan individu untuk membuat pilihan strategis dalam kehidupan. Melalui pelatihan kewirausahaan dan manajemen keuangan, program ini memberdayakan ekonomi anggota KWT D'Shafa, yang sebagian besar adalah perempuan, sehingga mereka memiliki kontrol yang lebih besar atas sumber daya dan penghasilan keluarga.

Keberlanjutan usaha melalui produk bernilai tambah dianalisis melalui teori *value chain* pertanian perkotaan (FAO, 2014). Penanganan pada tahap pascapanen, seperti pengenalan teknologi *vacuum frying* dan pengemasan, secara strategis memindahkan KWT D'Shafa dari sekadar produsen bahan mentah ke posisi yang lebih menguntungkan dalam rantai pasok, yaitu sebagai pencipta produk olahan yang memiliki daya saing, margin, dan masa simpan lebih tinggi. Penerapan konsep *Community Supported Agriculture* (CSA) (Galt et al., 2016) lebih lanjut memperpendek rantai pasok (*short supply chain*), membangun ketahanan pangan lokal sekaligus menciptakan pasar yang loyal dan stabil, yang merupakan fondasi penting bagi keberlanjutan usaha skala kecil.

Selanjutnya, peran perempuan dalam pertanian perkotaan dan UMKM diperkuat melalui integrasi inovasi digital. Pemanfaatan media sosial dan alat manajemen keuangan digital tidak hanya meningkatkan efisiensi pemasaran, tetapi juga berfungsi sebagai alat *empowerment technology* (Hilbert, 2021), yang memberikan akses kepada perempuan pelaku usaha kepada informasi, jaringan, dan pasar yang lebih luas, sekaligus meningkatkan kapasitas dan kepercayaan diri mereka dalam pengambilan keputusan bisnis.

Sebagai bagian dari proses penjaminan mutu dan akuntabilitas program, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini telah menjalani proses Monitoring dan Evaluasi (Monev) pada tanggal 27 September 2025. Prof. Isah Cahyani memberikan apresiasi yang tinggi terhadap pelaksanaan program PKM ini. Beberapa poin positif yang beliau highlight antara lain:

- Relevansi dan Dampak Program: Program dinilai sangat relevan dalam menjawab permasalahan mitra, khususnya dalam hal peningkatan nilai tambah produk dan digitalisasi pemasaran serta keuangan.
- Keberhasilan Pencapaian Luaran: Pencapaian luaran, baik teknologi, peningkatan kapasitas SDM, maupun luaran publikasi, dinyatakan telah memenuhi bahkan melampaui target yang direncanakan.
- Keterlibatan Mahasiswa: Keterlibatan aktif mahasiswa dalam program ini mendapat apresiasi sebagai bentuk implementasi Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) yang efektif, di mana mahasiswa mendapatkan pembelajaran kontekstual di luar kampus.

- Strategi Keberlanjutan: Rencana keberlanjutan program yang telah disusun tim, termasuk pelatihan lanjutan yang dinilai sangat baik untuk memastikan dampak jangka panjang.

Secara keseluruhan, hasil Monitoring dan Evaluasi yang dinilai oleh Prof. Isah Cahyani menyimpulkan bahwa program PKM ini berjalan dengan sangat baik, efektif, dan telah memenuhi semua indikator kinerja yang ditetapkan. Proses Monev ini menjadi validasi eksternal atas kesuksesan program dan menjadi bahan berharga untuk perbaikan serta pengembangan kegiatan pengabdian masyarakat di masa yang akan datang.



Gambar 9. Kegiatan Monitoring dan Evaluasi Bersama Prof. Isah Cahyani

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan bersama Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota dalam menciptakan produk bernilai tambah melalui penerapan teknologi vacuum frying serta penguatan strategi pemasaran berbasis digital. Selain itu, pelatihan manajemen keuangan sederhana memberikan pemahaman baru dalam pencatatan dan pengelolaan usaha. Kendala yang masih dihadapi mitra adalah terkait sertifikasi halal dan desain produk, sehingga pada kegiatan pengabdian berikutnya diharapkan dapat difokuskan pada pendampingan lanjutan dalam memperoleh sertifikasi halal dan peningkatan kualitas branding produk. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan dampak positif dalam memperkuat daya saing produk UMKM serta mendukung ketahanan pangan dan kesejahteraan ekonomi keluarga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada DPPM Kemdiktisaintek yang telah membantu pendanaan melalui Program Hibah PKM Tahun 2025. Terima kasih pula kepada Kelompok Wanita Tani (KWT) D'Shafa Malakasari, yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan dukungan penuh dalam seluruh rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Islam Jakarta dan Universitas Persada Indonesia YAI atas dukungan akademik, fasilitas, serta keterlibatan dosen dan mahasiswa sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik. Tidak lupa, apresiasi diberikan kepada seluruh



anggota tim pengabdian serta pihak-pihak lain yang turut membantu secara teknis maupun administratif sehingga kegiatan ini dapat terselesaikan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboagye-Darko D, Mkhize P. Unearthing the determinants of digital innovation adoption in the agricultural sector: The role of food security awareness and agricultural experience. *Heliyon* [Internet]. 2025;11(1):e41695. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2025.e41695>
- Agustin Windianingsih, Ahmad Yusri, Mulki Siregar. Optimalisasi Pemberdayaan Wakaf Berbasis Community Development Pada Pondok Pesantren Manbaul Ulum Kota Cirebon. *Syarikat J Rumpun Ekon Syariah* [Internet]. 30 Juni 2023;6(1):159–69. Tersedia pada: <https://journal.uir.ac.id/index.php/syarikat/article/view/12515>
- BPS. Biro Pusat Statistik [Internet]. BPS. 2024 [dikutip 10 Maret 2025]. Tersedia pada: <https://www.bps.go.id/id>
- Elleby C, Domínguez IP, Adenauer M, Genovese G. Impacts of the COVID-19 Pandemic on the Global Agricultural Markets. *Environ Resour Econ* [Internet]. 2020;76(4):1067–79. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1007/s10640-020-00473-6>
- Mahanani E, Sari B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. *Ikraith-Humaniora*. 2018;2(2):31–40
- Ackerman, K., Conard, M., Culligan, P., Plunz, R., Sutto, M. P., & Whittinghill, L. (2014). Sustainable Food Systems for Future Cities: The Potential of Urban Agriculture. *The Economic and Social Review*, 45(2, Summer), 189-206.
- FAO. 2014. Developing Sustainable Food Value Chains – Guiding Principles. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Pawlak K, Kołodziejczak M. The Role of Agriculture in Ensuring Food Security in Developing Countries: Considerations in the Context of the Problem of Sustainable Food Production. *Sustainability* [Internet]. 7 Juli 2020;12(13):5488. Tersedia pada: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/13/5488>
- Ranta V, Aarikka-Stenroos L, Väisänen JM. Digital technologies catalyzing business model innovation for circular economy—Multiple case study. *Resour Conserv Recycl* [Internet]. 2021;164(December 2019):105155. Tersedia pada: <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.105155>
- Surya B, Menne F, Sabhan H, Suriani S, Abubakar H, Idris M. Economic growth, increasing productivity of smes, and open innovation. *J Open Innov Technol Mark Complex* [Internet]. 2021;7(1):1–37. Tersedia pada: <https://doi.org/10.3390/joitmc7010020>
- Wadumestrige Dona CG, Mohan G, Fukushi K. Promoting urban agriculture and its opportunities and challenges—a global review. *Sustain*. 2021;13(17).
- Wicaksono T, Nugroho AD, Lakner Z, Dunay A, Illés CB. Word of mouth, digital media, and open innovation at the agricultural smes. *J Open Innov Technol Mark Complex*. 2021;7(1):1–22.
- Windianingsih A, Yunas MF, Farhani H. Economic Digitalization in an Effort to Maintain Family Economic Resilience Based on Local Wisdom. *Formosa J Appl Sci*. 2024;3(7):3069–82
- Wiwin, Windianingsih A, Santoso R. Study Of Entrepreneurship Use of Zakat as an Effort to Increase Empowerment Community Economy (Study on Indonesian Zakat Initiaves, DKI Jakarta). *Int J Econ Manag Bus Soc Sci*. 2021;1(3):340–8.



- Wong CE, Teo ZWN, Shen L, Yu H (2020). Seeing the lights for leafy greens in indoor vertical farming. Trends in Food Science & Technology 106: 48–63. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.09.031>
- Yusoff NH, Hussain MRM, Tukiman I (2017) Roles of community to wards urban farming activities. Planning Malaysia 15(1). <https://doi.org/10.21837/pmjournal.v15.i6.243>