

Pengembangan Kapasitas KWT melalui Penguatan Dinamika Kelompok & Personal Branding Produk di Kabupaten Pringsewu

Indah Nurmayasari¹, Helvi Yanfika², Tyas Sekartiara Syafani³, Sahrul Ari Irawan^{4*}

¹Program Studi Penyuluhan Pertanian, Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

Email: ¹indahnurma1@gmail.com, ²helviyanfika@yahoo.co.id, ³tyas.sekartiara@fp.unila.ac.id,

^{4*}sahrul.arirawan22@fp.unila.ac.id

(Sahrul Ari Irawan* : Corresponding Author)

Received	Accepted	Publish
12-January-2026	5-February-2026	15-March-2026

Abstrak – Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu, bertujuan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia perempuan melalui penguatan dinamika kelompok dan strategi personal branding produk berbasis digital. Pelatihan dan pendampingan difokuskan pada penggunaan aplikasi Canva untuk desain kemasan serta optimalisasi media sosial (Instagram, WhatsApp, dan Facebook) sebagai sarana promosi. Metode kegiatan mencakup pelatihan strategi personal branding, penggunaan Canva, dan optimalisasi media sosial untuk promosi produk, disertai pendampingan agar hasil pelatihan berkelanjutan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test, post-test, dan pemantauan pascakegiatan. Program dilaksanakan dari Mei-Oktober, ini diikuti 24 peserta dengan pendampingan tim dosen Agribisnis Universitas Lampung. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada seluruh aspek, yaitu pengetahuan, keterampilan, sikap, dan partisipasi anggota. Nilai rata-rata pretest meningkat dari 64,2 menjadi 91,2 pada posttest, menunjukkan efektivitas materi pelatihan. Anggota mampu memanfaatkan teknologi digital untuk promosi produk dan meningkatkan inovasi kemasan. Selain itu, dinamika kelompok menjadi lebih harmonis dengan partisipasi aktif dan koordinasi yang solid. Walaupun akses terhadap modal usaha dan kemitraan masih terbatas, kegiatan ini berhasil memperkuat kapasitas dan kemandirian ekonomi anggota melalui peningkatan kemampuan branding dan pemanfaatan digitalisasi.

Kata Kunci: KWT, Dinamika Kelompok, *Personal Branding*, Digitalisasi

Abstract – The Community Service Program (PKM) at the Women Farmers Group (KWT) Mekar Jaya, located in Pekon Fajar Agung, Pringsewu Regency, aims to enhance women's human resource capacity through strengthening group dynamics and developing product personal branding based on digital approaches. The training and mentoring activities focused on using the Canva application for packaging design and optimizing social media platforms (Instagram, WhatsApp, and Facebook) as promotional tools. The methods included training on personal branding strategies, Canva utilization, and social media optimization for product marketing, accompanied by mentoring to ensure the sustainability of the training outcomes. Evaluation was conducted through pre-tests, post-tests, and post-activity monitoring. The program, implemented from May to October, involved 24 participants and was facilitated by a team of lecturers from the Agribusiness Department of the University of Lampung. The results showed significant improvements in all aspects, including knowledge, skills, attitudes, and participation of the members. The average pre-test score increased from 64.2 to 91.2 in the post-test, indicating the effectiveness of the training materials. Participants were able to utilize digital technology for product promotion and improve packaging innovation. Moreover, group dynamics became more harmonious with active participation and solid coordination. Although access to business capital and partnerships remains limited, this activity successfully strengthened members' capacity and economic independence through improved branding skills and digital utilization.

Keywords: Women Farmers Group (WFG), Group Dynamics, Personal Branding, Digitalization

1. PENDAHULUAN

Kemajuan suatu bangsa tidak hanya ditentukan oleh kekayaan alam dan teknologi, tetapi sangat bergantung pada kualitas serta peran aktif sumber daya manusianya. Dalam konteks pembangunan pedesaan, Kelompok Wanita Tani (KWT) memiliki peran strategis sebagai wadah pemberdayaan perempuan di sektor pertanian dan agroindustri rumah tangga. Melalui KWT, perempuan desa dapat mengembangkan keterampilan, meningkatkan produktivitas, serta memperkuat posisi mereka dalam rantai nilai pertanian, mulai dari produksi, pengolahan pascapanen, hingga pemasaran hasil. Keberadaan KWT juga menegaskan pengakuan terhadap perempuan sebagai bagian integral dari pembangunan nasional yang berhak berkontribusi secara setara dengan laki-laki di berbagai bidang, termasuk pertanian yang menjadi basis ekonomi pedesaan. Dengan demikian, penguatan kapasitas KWT tidak hanya berfungsi sebagai strategi pemberdayaan perempuan, tetapi juga sebagai upaya memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat desa dan mendukung pencapaian pembangunan berkelanjutan (Diatmika & Rahayu, 2021) dan (Hanum, 2024).

Namun, di balik peran strategis tersebut, banyak KWT masih menghadapi berbagai kendala, baik struktural maupun fungsional. Dari sisi struktural, keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, informasi pasar, dan pendampingan teknis sering kali menjadi penghambat produktivitas dan pertumbuhan usaha (Margayaningsih, 2020). Sementara itu, secara fungsional, dinamika kelompok masih lemah akibat kurangnya komunikasi, koordinasi, serta kepemimpinan yang belum optimal (Suswadi, 2021). Dinamika kelompok yang kurang kondusif dapat menimbulkan stagnasi dalam pengambilan keputusan kolektif, menurunkan semangat gotong royong, dan melemahkan motivasi untuk berinovasi.

Selain itu, produk hasil olahan KWT sering kali belum memiliki daya tarik pasar karena lemahnya kemampuan dalam membangun personal branding dan terbatasnya pemanfaatan media digital (Inza et al., 2023) dan (Susanto, A. B., & Wijarnako, 2014). Di era persaingan global, strategi branding menjadi kunci untuk membangun identitas produk yang kuat, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperluas jangkauan pasar. Tanpa branding yang efektif, produk KWT berisiko kalah bersaing, meskipun kualitasnya baik. Oleh karena itu, penguatan dinamika kelompok dan pengembangan personal branding berbasis digital merupakan dua aspek penting yang saling melengkapi dalam mendukung kemandirian ekonomi KWT.

Dinamika kelompok yang kuat mampu menciptakan sinergi antaranggota, menumbuhkan rasa memiliki terhadap organisasi, serta memperkuat komitmen bersama dalam mencapai tujuan kolektif. Sementara itu, personal branding produk membantu menciptakan citra dan identitas khas yang membedakan produk KWT dari produk lain di pasar. Kombinasi keduanya dapat mendorong transformasi usaha KWT dari aktivitas subsisten menjadi usaha bernilai tambah dengan orientasi pasar yang berkelanjutan.

KWT Mekar Jaya di Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu, merupakan contoh nyata kelompok perempuan desa yang berupaya mengembangkan hasil pertanian menjadi produk bernilai ekonomi. Namun, sebagian besar produknya belum memiliki branding yang baik dan belum optimal memanfaatkan digitalisasi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan keterampilan dan kapasitas anggota KWT melalui pelatihan dan pendampingan dalam desain produk serta pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat memfasilitasi penguatan personal branding produk berbasis hasil pertanian sekaligus memperkuat dinamika kelompok di KWT Mekar Jaya.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan anggota KWT Mekar Jaya melalui penguatan kapasitas dan pemanfaatan digitalisasi. Secara khusus, kegiatan ini diarahkan untuk meningkatkan kemampuan anggota dalam strategi personal branding produk, mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran, serta memperkuat keharmonisan dinamika dan koordinasi kelompok. Selain itu, kegiatan ini juga membantu membuka akses terhadap modal usaha dan kemitraan bisnis, serta mendorong inovasi produk dan desain kemasan agar lebih kompetitif di pasar. Dengan pelaksanaan kegiatan ini, diharapkan KWT Mekar Jaya dapat menjadi kelompok perempuan tani yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing tinggi, sekaligus memperkuat kontribusinya dalam mendukung pembangunan ekonomi desa yang berkelanjutan dan berkeadilan gender.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu, dirancang secara partisipatif dan aplikatif untuk memastikan tujuan program dapat tercapai secara optimal. Pendekatan ini menekankan keterlibatan aktif anggota kelompok dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi. Fokus utama metode pelaksanaan adalah pada peningkatan kapasitas anggota melalui pelatihan strategi personal branding, pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran produk, serta penguatan dinamika kelompok. Selain itu, kegiatan juga disertai dengan monitoring dan evaluasi berkelanjutan guna menilai efektivitas pelatihan dan memastikan penerapan hasil kegiatan secara berkesinambungan dalam aktivitas usaha KWT Mekar Jaya. Informasi lebih lanjut sebagai berikut.

2.1 Metode dan Tahapan Kegiatan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui dua pendekatan utama, yaitu pelatihan dan pendampingan bagi anggota serta pengurus KWT Mekar Jaya. Pelatihan difokuskan pada peningkatan kapasitas kelompok melalui materi tentang dinamika kelompok serta penerapan media sosial dan aplikasi Canva untuk mendesain kemasan produk KWT. Proses pelatihan dilakukan secara interaktif melalui sesi ceramah dan diskusi. Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan untuk memastikan penerapan hasil pelatihan secara berkelanjutan sehingga KWT Mekar Jaya dapat lebih produktif dan berkembang. Tujuan utama kegiatan ini meliputi peningkatan kapasitas anggota dalam strategi personal branding produk, optimalisasi pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan pemasaran, penguatan keharmonisan dan koordinasi kelompok, pemberian informasi terkait akses modal usaha dan kemitraan, serta pengembangan inovasi produk dan desain kemasan yang lebih menarik dan kompetitif.

2.2 Kontribusi Anggota Tim

Tim pengabdian yang beranggotakan empat orang ini berasal dari Jurusan Agribisnis dengan keahlian di bidang Penyuluhan Pertanian, sehingga berperan strategis dalam upaya pemberdayaan Kelompok Wanita Tani (KWT) Mekar Jaya. Dengan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika kelompok, tim berfokus pada penguatan kapasitas kelembagaan KWT agar lebih kokoh dan kompetitif. Selain itu, tim juga membimbing anggota dalam memanfaatkan media sosial dan aplikasi digital seperti Canva untuk memperkuat personal branding produk. Kegiatan yang dilakukan mencakup pelatihan pembuatan desain kemasan yang menarik serta penerapan strategi pemasaran digital guna memperluas jangkauan pasar produk KWT Mekar Jaya, sekaligus memberikan nilai tambah baik secara ekonomi maupun sosial bagi para anggotanya.

2.3 Partisipasi Mitra

Untuk mencapai target luaran kegiatan ini, keterlibatan beberapa pihak menjadi hal yang penting. Pertama, pengurus dan anggota KWT Mekar Jaya yang berjumlah 24 orang akan menjadi sasaran utama kegiatan. KWT Mekar Jaya yang berdiri sejak tahun 2014 saat ini tengah berupaya menjadi kelompok yang mandiri, dengan kegiatan utama meliputi budidaya sayuran serta pengembangan produk hasil pertanian dan UMKM seperti tepung mocaf, minuman herbal serbuk, makanan ringan, dan kue. Kedua, dukungan dari aparat pemerintah juga memiliki peran penting, terutama dalam memahami manfaat keberadaan KWT sebagai wadah pemberdayaan masyarakat, khususnya perempuan. Pemerintah desa diharapkan dapat mengalokasikan sebagian dana desa sebagai modal penyertaan guna memperluas dan meningkatkan skala usaha KWT Mekar Jaya.

2.4 Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Program

Untuk menilai tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatan, dilakukan beberapa tahapan evaluasi sebagai berikut:

1. **Evaluasi formatif**, meliputi evaluasi awal (*pre-test*) dan evaluasi akhir (*post-test*). Evaluasi awal dilaksanakan sebelum penyampaian materi penyuluhan dan pelatihan,

sedangkan evaluasi akhir dilakukan setelah seluruh sesi selesai untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.

2. **Evaluasi proses (*monitoring*)**, dilakukan selama kegiatan berlangsung, mencakup penyuluhan, pelatihan, simulasi, dan pendampingan, guna memastikan pelaksanaan berjalan sesuai rencana.
3. **Evaluasi keberlanjutan**, dilakukan beberapa bulan setelah kegiatan selesai oleh Tim Unila, dengan tujuan memantau perkembangan KWT Mekar Jaya, khususnya terkait dinamika kelompok dan pemanfaatan digitalisasi dalam strategi branding serta promosi produk olahan yang dihasilkan.

2.5 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan selama 6 bulan kalender. Semua kegiatan dilaksanakan di wilayah Pekon Fajar Agung Kabupaten Pringsewu. Kegiatan tim pelaksana secara rinci disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rencana jadwal kegiatan

No.	Kegiatan	Bulan ke-					
		I	II	III	IV	V	VI
1.	Penjajakan (survei) lapangan						
2.	Pengurusan perijinan						
3.	Pelaksanaan evaluasi awal, Penyuluhan dan pelatihan Pengembangan KWT serta Pemanfaatan Digital untuk Branding Sosial Produk						
4.	Penyuluhan mengenai penguatan KWT melalui dinamika kelompok yang ada.						
5.	Pelatihan pembuatan desain kemasan dan branding sosial produk dengan memanfaatkan media sosial dan apk canva						
6.	Pelaksanaan pendampingan, Penguatan KWT melalui dinamika kelompok dan peningkatan branding sosial produk.						
7.	Penyusunan makalah seminar dan Publikasi						
8.	Penyusunan laporan akhir						

Sumber : Rencana PKM UNILA, 2025

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1 Hasil Pretest Pengabdian di KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu

Pelaksanaan pretest pada kegiatan pengabdian masyarakat di KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu dilakukan sebagai tahap awal untuk mengukur tingkat

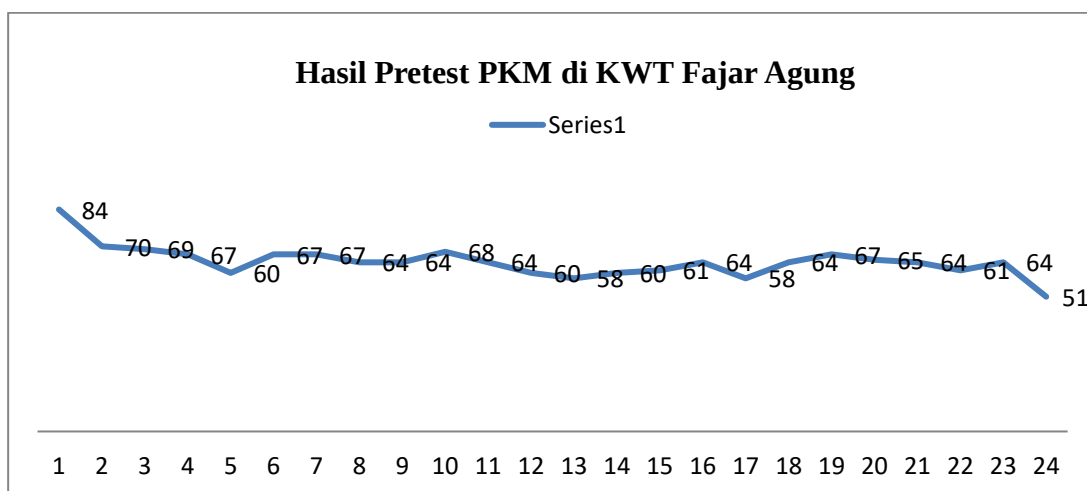
pemahaman, pengetahuan, dan sikap anggota sebelum menerima materi maupun pelatihan. Pretest ini berperan sebagai alat evaluasi awal guna mengetahui tingkat kesiapan serta kebutuhan anggota KWT dalam memahami konsep dasar dinamika kelompok, penguatan kelembagaan, dan strategi personal branding produk pertanian. Melalui pelaksanaan pretest, diperoleh gambaran awal mengenai kondisi kemampuan dan keterampilan peserta, sehingga proses pelatihan dan pendampingan dapat disusun secara lebih terarah, tepat sasaran, dan sesuai dengan kebutuhan kelompok. Sebaran hasil nilai pretest anggota KWT Mekar Jaya dalam kegiatan PKM tersebut disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Sebaran Nilai Pretest PKM di KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung di Kabupaten Pringsewu

No	Tipe I			Tipe II					Total
	1	2	3	1	2	3	4	5	
1	24	21	21	4	4	3	3	4	84
2	20	18	17	2	3	3	3	4	70
3	21	18	17	3	2	2	3	3	69
4	19	17	15	4	4	2	3	3	67
5	18	16	16	1	2	2	3	2	60
6	19	15	16	5	3	3	3	3	67
7	17	16	16	4	4	4	3	3	67
8	20	16	14	3	3	3	3	2	64
9	19	16	16	1	2	4	3	3	64
10	18	16	14	4	3	5	3	5	68
11	18	17	13	5	4	2	3	2	64
12	15	16	14	2	2	5	3	3	60
13	16	12	12	3	2	5	3	5	58
14	12	17	15	4	1	5	3	3	60
15	14	16	16	1	3	5	3	3	61
16	20	14	14	3	2	3	3	5	64
17	15	16	13	1	3	5	3	2	58
18	21	14	14	4	2	3	3	3	64
19	24	16	13	1	4	3	3	3	67
20	20	15	16	4	2	3	3	2	65
21	19	15	14	1	3	5	3	4	64
22	15	14	13	3	4	5	3	4	61
23	16	16	14	1	5	5	3	4	64
24	13	13	11	1	3	5	3	2	51

No	Tipe I			Tipe II					Total
	1	2	3	1	2	3	4	5	
Total									1541
Rata-rata									64,2

Berdasarkan hasil tabulasi data, total skor responden mencapai 1.541 dengan rata-rata 64,2, menunjukkan bahwa tingkat pemahaman, sikap, dan penerapan anggota KWT terhadap dinamika kelompok serta personal branding produk berada pada kategori cukup baik. Sebagian besar anggota telah memiliki kesadaran akan pentingnya kerja sama dan citra produk dalam meningkatkan daya saing. Nilai rata-rata ini menjadi dasar yang kuat bagi pengembangan kapasitas organisasi dan kualitas produk. Namun, adanya variasi nilai antarresponden mengindikasikan perbedaan pemahaman dan keterlibatan, sehingga diperlukan pendampingan dan pelatihan lanjutan agar seluruh anggota memiliki kemampuan yang lebih merata. Sebaran nilai terendah dan tertinggi dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 8. Grafik Hasil Pretest berdasarkan Sebaran Nilai
Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan sebaran nilai, sebagian besar responden memperoleh skor 60–70, menandakan pemahaman yang cukup merata terkait dinamika kelompok dan personal branding, meskipun masih ada beberapa anggota dengan skor lebih rendah (51–58) akibat perbedaan latar belakang pendidikan, pengalaman, dan keterlibatan dalam kegiatan kelompok. Hasil pertanyaan Tipe I menunjukkan bahwa anggota memahami pentingnya dinamika kelompok dalam menjaga kekompakan dan personal branding dalam meningkatkan daya saing produk, meskipun masih terdapat kendala seperti keterbatasan manajerial, inovasi pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital. Pada pertanyaan Tipe II, mayoritas responden menunjukkan sikap positif dengan rata-rata skor di atas 3, mencerminkan dukungan terhadap pentingnya kerja sama dan komunikasi kelompok. Secara keseluruhan, anggota KWT memiliki dasar pemahaman yang baik namun masih membutuhkan penguatan teknis dan manajerial melalui pelatihan berkelanjutan, pendampingan, serta pengembangan jejaring kemitraan agar dapat bertransformasi menjadi kelompok usaha yang mandiri dan kompetitif.

3.1.2 Hasil Posttest Pengabdian di KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu

Hasil posttest di KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu menunjukkan adanya peningkatan pemahaman, sikap, dan keterampilan anggota setelah

mengikuti pelatihan dan pendampingan terkait dinamika kelompok serta personal branding produk. Terjadi peningkatan skor rata-rata dan distribusi nilai dibandingkan hasil pretest, yang menandakan kegiatan pengabdian berhasil memperkuat kapasitas anggota, baik dalam kerja sama kelompok maupun penerapan strategi pemasaran berbasis identitas produk. Hasil ini menjadi indikator efektivitas pembelajaran sekaligus dasar pengembangan program pendampingan lanjutan.

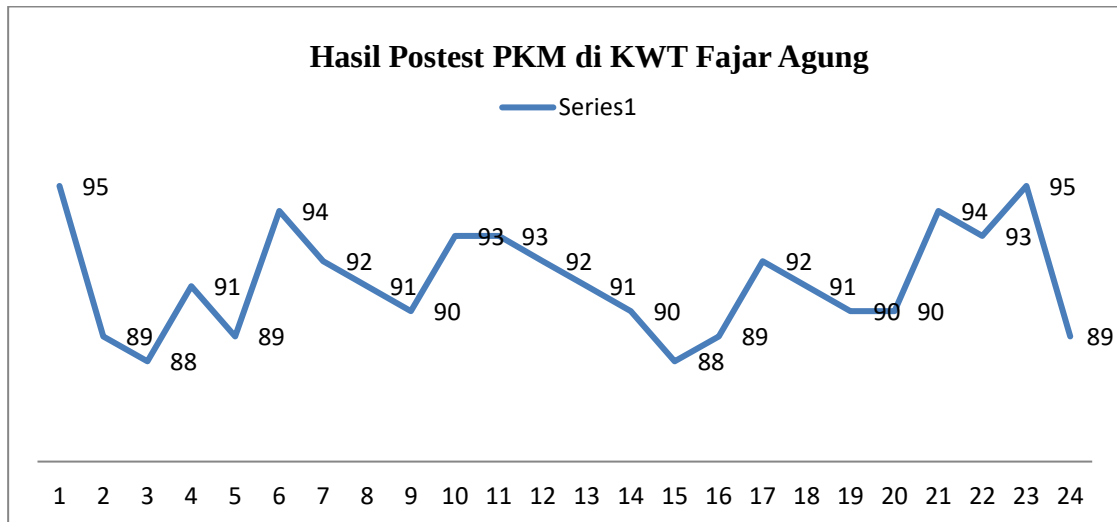
Tabel 2. Hasil Sebaran Nilai Posttest PKM di KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung di Kabupaten Pringsewu

No	Tipe I			Tipe II					Total
	1	2	3	1	2	3	4	5	
1	25	25	25	4	4	4	4	4	95
2	24	23	24	3	3	4	4	4	89
3	24	23	24	3	3	3	4	4	88
4	23	23	25	4	4	5	4	3	91
5	24	25	24	3	3	3	3	4	89
6	25	24	25	5	5	3	4	3	94
7	25	23	25	4	4	4	4	3	92
8	23	25	23	3	3	5	5	4	91
9	24	25	25	3	3	4	3	3	90
10	24	23	24	4	4	5	4	5	93
11	24	25	24	5	4	4	3	4	93
12	24	25	24	4	4	5	3	3	92
13	24	23	24	3	4	5	3	5	91
14	22	23	24	4	4	5	3	5	90
15	22	22	24	4	3	5	4	4	88
16	24	23	23	3	4	3	4	5	89
17	25	23	25	4	3	5	3	4	92
18	22	25	24	4	4	4	3	5	91
19	25	23	22	4	4	3	4	5	90
20	25	23	25	4	3	3	3	4	90
21	25	24	25	5	4	4	3	4	94
22	24	24	24	4	4	5	4	4	93
23	25	23	25	4	5	5	4	4	95
24	25	24	22	3	3	5	3	4	89
Total									2189
Rata-rata									91,2

Sumber : Data diolah, 2025

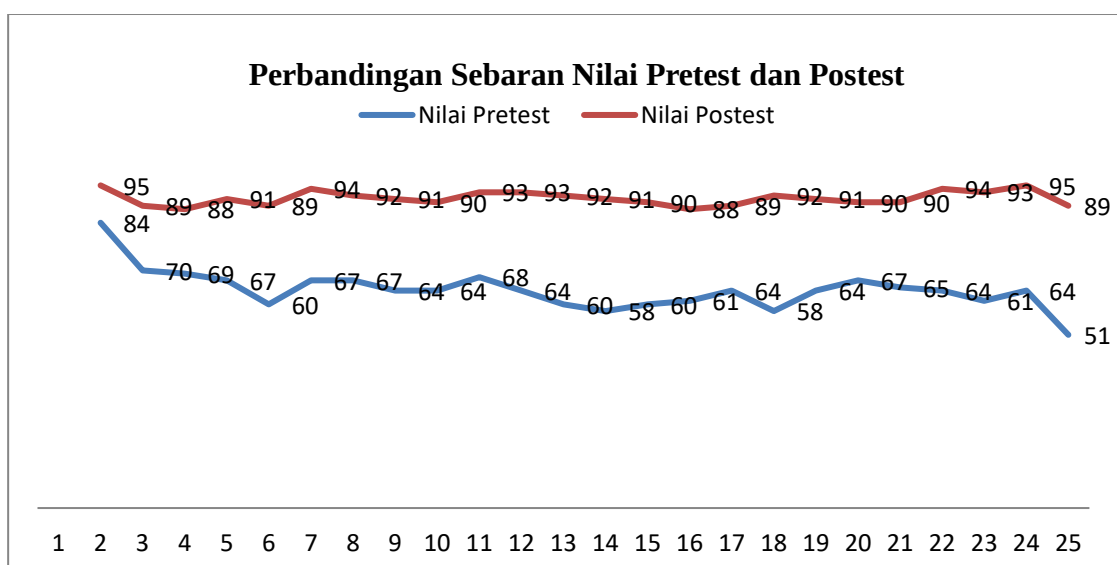
Hasil *posttest* menunjukkan total skor 2.189 dengan rata-rata 91,2 dari 24 responden, meningkat signifikan dibandingkan rata-rata pretest 64,2. Peningkatan ini mencerminkan kemajuan nyata dalam pemahaman, sikap, dan keterampilan anggota KWT Mekar Jaya setelah mengikuti pelatihan. Pada Tipe I (esai), responden mampu menjelaskan konsep dinamika kelompok dan personal branding dengan lebih mendalam serta relevan dengan kondisi lapangan. Sementara pada Tipe II (skala sikap), sebagian besar berada pada kategori Setuju hingga Sangat Setuju terhadap pentingnya kerja sama dan *branding* produk. Secara keseluruhan, capaian tersebut menunjukkan kesiapan anggota untuk menerapkan hasil pelatihan dalam praktik nyata, terutama dalam memperkuat strategi pemasaran dan

pengelolaan kelompok. Meski hasilnya sangat baik, pendampingan lanjutan tetap dibutuhkan untuk mengasah keterampilan digital dan inovasi produk agar peningkatan kapasitas dapat berkelanjutan.



Gambar 2. Grafik Hasil Posttest berdasarkan Sebaran Nilai
Sumber : Data diolah, 2025

Grafik hasil *posttest* PKM di KWT Fajar Agung dari 24 responden menunjukkan skor berkisar antara 88 hingga 95, dengan mayoritas berada di atas 90. Responden nomor 1 dan 23 meraih nilai tertinggi 95, sedangkan nilai terendah 88 diperoleh responden nomor 4, 15, dan 24—masih tergolong baik. Lebih dari 70% peserta memperoleh skor 90–94, menandakan capaian yang stabil dan merata. Meskipun terdapat sedikit fluktuasi, semua nilai tetap berada pada kategori tinggi tanpa skor di bawah 85. Secara keseluruhan, hasil ini menggambarkan peningkatan signifikan dalam pemahaman, sikap, dan keterampilan anggota KWT setelah pelatihan, serta menunjukkan efektivitas metode penyampaian materi yang diterapkan.



Gambar 3. Grafik Perbandingan Sebaran Hasil Pretest dan Posttest
Sumber : Data diolah, 2025

Grafik perbandingan hasil *pretest* dan *posttest* di KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek pemahaman, sikap,

dan keterampilan anggota setelah kegiatan pengabdian. Sebelum pelatihan, rata-rata nilai hanya 64,2 dengan rentang 51–84, menandakan pemahaman yang masih terbatas dan belum merata. Setelah pendampingan, rata-rata naik tajam menjadi 91,2 dengan nilai terendah 88 dan tertinggi 95, menunjukkan peningkatan yang konsisten di seluruh peserta. Pada soal esai (Tipe I), peserta mampu menjelaskan konsep dinamika kelompok dan personal branding dengan lebih runtut, sementara pada skala sikap (Tipe II), mayoritas menunjukkan respons “Setuju” hingga “Sangat Setuju” terhadap pentingnya kerja sama, komunikasi, dan keunikan produk. Secara keseluruhan, peningkatan lebih dari 25 poin ini menegaskan efektivitas metode pembelajaran yang diterapkan, baik melalui penyampaian materi, diskusi, maupun praktik langsung.

3.2 Pembahasan

3.2.1 *Tingkat Kapasitas Anggota dalam Strategi Personal Branding Produk KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu*

Tingkat kapasitas anggota mencerminkan sejauh mana individu dalam kelompok memiliki pengetahuan, keterampilan, sikap, dan motivasi yang mendukung partisipasi aktif dalam mencapai tujuan bersama (Morgan, 2006; Suharma & Novita, 2017). Hasil kegiatan PKM di KWT Mekar Jaya menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek tersebut. Nilai rata-rata pretest sebesar 64,2 meningkat menjadi 91,2 pada posttest, dengan sebaran nilai yang bergeser dari 58–70 menjadi 88–95. Peningkatan ini menunjukkan bahwa peserta mampu memahami materi strategi personal branding dan digitalisasi dengan baik.

Dari sisi keterampilan, peserta berhasil menguasai penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten promosi serta memanfaatkan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Facebook secara mandiri. Hal ini memperkuat kemampuan teknis anggota dalam pemasaran digital. Sikap dan motivasi peserta juga meningkat, terlihat dari antusiasme mereka selama pelatihan, baik dalam mendengarkan materi, berdiskusi, maupun praktik langsung. Tingginya partisipasi dalam seluruh kegiatan menandakan bahwa anggota tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berperan aktif dalam proses pembelajaran.

Secara keseluruhan, peningkatan nilai pretest–posttest serta hasil kuesioner menunjukkan bahwa anggota KWT Mekar Jaya telah memiliki kapasitas yang baik dalam memahami dan menerapkan strategi personal branding sebagai upaya penguatan daya saing produk. Peningkatan ini menegaskan bahwa penguatan kapasitas anggota dapat dimulai dari perubahan perilaku hingga kemampuan memanfaatkan akses digital secara optimal (Nurumami, Kriska, & Wastutiningsih, 2023).

3.2.2 *Tingkat Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Promosi dan Pemasaran Produk KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu*

Tingkat pemanfaatan teknologi informasi mencerminkan sejauh mana individu atau kelompok menggunakan teknologi untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan daya saing (Pasaribu & Aldiansyah, 2024). Di KWT Mekar Jaya, pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan pemasaran produk meningkat signifikan setelah kegiatan PKM. Peserta tidak hanya memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga mampu menerapkannya melalui pembuatan desain promosi menggunakan aplikasi Canva, seperti kemasan, logo, dan banner produk.

Selain itu, anggota telah memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp sebagai sarana pemasaran yang efektif dan berbiaya rendah, sehingga jangkauan pasar produk KWT semakin luas. Kemampuan ini menunjukkan peningkatan kapasitas digital yang mendukung personal branding dan keberlanjutan usaha kelompok.

Hasil posttest juga memperlihatkan peningkatan pemahaman digital yang signifikan, dengan rata-rata nilai 90–95. Sebagian besar anggota kini mampu memanfaatkan platform digital untuk memperluas promosi dan membangun citra produk. Dengan demikian, kegiatan

pengabdian berhasil meningkatkan literasi dan keterampilan digital anggota KWT Mekar Jaya dalam strategi pemasaran modern.

3.2.3 Tingkat Keharmonisan Dinamika dan Koordinasi Kelompok KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu

Keharmonisan dinamika dan koordinasi kelompok mencerminkan interaksi yang serasi, seimbang, dan terarah antaranggota, sehingga tercipta kerja sama efektif untuk mencapai tujuan bersama. Dinamika kelompok terlihat dari keterbukaan, partisipasi aktif, dan solidaritas antaranggota, sedangkan koordinasi menekankan pada pembagian peran dan komunikasi yang terarah agar kegiatan berjalan efisien.

Dalam kegiatan PKM di KWT Mekar Jaya, keharmonisan tersebut tampak melalui permainan tebak kata dan gambar yang mendorong interaksi aktif dan rasa kebersamaan antaranggota. Suasana permainan yang penuh antusiasme menciptakan keakraban dan memperkuat kerja sama tanpa adanya dominasi individu.

Hasil *pretest-postest* juga menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman anggota mengenai pentingnya kerja sama dan komunikasi, dengan rata-rata nilai posttest di atas 90. Anggota mampu menjelaskan arti penting dinamika kelompok serta menunjukkan sikap setuju terhadap perlunya koordinasi yang baik. Dengan demikian, dinamika dan koordinasi kelompok di KWT Mekar Jaya tergolong harmonis, menjadi modal sosial penting bagi keberlanjutan dan kesuksesan usaha bersama.

3.2.4 Tingkat Akses Terhadap Modal Usaha dan Jaringan Kemitraan KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu

Salah satu tantangan yang teridentifikasi dari hasil diskusi pada pertanyaan Tipe I adalah keterbatasan akses terhadap modal usaha dan jaringan kemitraan. Walaupun hasil posttest memperlihatkan peningkatan signifikan dalam pemahaman tentang strategi pengembangan kelompok dan personal branding produk, hambatan struktural seperti minimnya akses pendanaan dan kerja sama eksternal masih menjadi kendala utama. Sebagian besar anggota menyadari pentingnya membangun kemitraan dengan pemerintah, lembaga keuangan, maupun sektor swasta. Hal ini tercermin dari skor tinggi pada pernyataan sikap di Tipe II yang menunjukkan kesadaran kolektif terhadap pentingnya kolaborasi. Namun, penerapannya di lapangan masih memerlukan pendampingan lanjutan. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas pengetahuan perlu diikuti dengan upaya konkret dalam memfasilitasi akses permodalan dan kemitraan agar KWT Mekar Jaya dapat mengembangkan usahanya secara lebih mandiri dan berkelanjutan.

3.2.5 Tingkat Inovasi Produk dan Desain Kemasan Produk Para Anggota KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kabupaten Pringsewu

Aspek inovasi produk dan desain kemasan menunjukkan peningkatan yang signifikan setelah pelatihan. Sebelum kegiatan, hasil *pretest* memperlihatkan bahwa sebagian besar anggota belum memahami pentingnya diferensiasi produk dan kemasan yang menarik. Namun, setelah pelatihan, skor posttest meningkat tajam, menandakan bahwa anggota mulai menyadari bahwa inovasi dan kemasan berperan penting dalam strategi personal branding dan pemasaran. Diskusi pada Tipe I mengungkap beberapa kendala, seperti keterbatasan ide kreatif, akses bahan kemasan, serta keterampilan desain. Meski demikian, peningkatan pemahaman pascapelatihan menunjukkan kesiapan anggota untuk berinovasi dan memperbaiki tampilan produk agar lebih kompetitif di pasar. Hal ini juga sejalan dengan hasil Tipe II, di mana mayoritas responden menyatakan setuju bahwa produk KWT memiliki keunikan yang berpotensi dipasarkan lebih luas.

3.3 Tahapan dan Dokumentasi Kegiatan

Uraikan dan jelaskan dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat di KWT Mekar Jaya sebagai berikut



Gambar 4. Proses Penjelasan APK Canva

Sumber : Kegiatan PKM, 2025

Gambar 4 di atas, memperlihatkan proses pemateri dalam menjelaskan penggunaan aplikasi Canva kepada peserta kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM). Pada sesi ini, pemateri memaparkan fitur-fitur dasar Canva, mulai dari pembuatan desain, pemilihan template, pengaturan teks dan gambar, hingga pemanfaatan Canva untuk kebutuhan konten media sosial. Kegiatan berlangsung secara interaktif dengan pendekatan demonstratif agar peserta dapat memahami materi secara praktis. Tetapi sebelum menjelaskan tentu pada sesi ini pemateri akan memberikan informasi pembukaan seputar tim PKM, tujuan, dan bentuk kegiatan yang akan berlangsung pada pengabdian kepada masyarakat ini.



Gambar 5. Partisipasi Peserta dalam Menggunakan APK Canva

Sumber : Kegiatan PKM, 2025

Gambar 5 di atas, menunjukkan adanya antusiasme dan partisipasi aktif peserta dalam mempraktikkan langsung penggunaan aplikasi Canva. Peserta terlihat mengikuti arahan pemateri dengan mencoba membuat desain secara mandiri menggunakan perangkat masing-masing. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital peserta melalui pembelajaran berbasis praktik (*learning by doing*).



Gambar 6. Permainan Tebak Gambar dan Kata
Sumber : Kegiatan PKM, 2025

Gambar 6 di atas, menggambarkan pelaksanaan permainan tebak gambar dan kata sebagai bagian dari metode pembelajaran interaktif. Kegiatan ini dirancang untuk mencairkan suasana, meningkatkan konsentrasi, serta melatih kreativitas dan kerja sama peserta. Melalui permainan ini, peserta juga diajak untuk berpikir cepat dan komunikatif dalam kelompok.



Gambar 7. Penjelasan Materi Dinamika Kelompok
Sumber : Kegiatan PKM, 2025

Gambar 7, Gambar ini memperlihatkan proses penyampaian materi dinamika kelompok oleh pemateri. Materi difokuskan pada pentingnya kerja sama, komunikasi efektif, peran individu dalam kelompok, serta pengelolaan perbedaan pendapat. Penyampaian materi ini bertujuan untuk memperkuat kemampuan sosial dan kolaboratif peserta dalam aktivitas kelompok maupun organisasi.



Gambar 8. Proses Diskusi
Sumber : Kegiatan PKM, 2025

Gambar 8, ini menunjukkan proses diskusi antara pemateri dan peserta PKM. Diskusi dilakukan sebagai sarana tukar pendapat, klarifikasi materi, serta berbagi pengalaman terkait penggunaan media sosial dan kerja kelompok. Kegiatan diskusi ini mendorong peserta untuk lebih aktif, kritis, dan komunikatif dalam menyampaikan ide dan pendapat.



Gambar 8. Praktik membuat *Cuption* di Status Media Sosial
Sumber : Kegiatan PKM, 2025

Gambar 8 ini, memperlihatkan kegiatan praktik peserta dalam membuat *caption* untuk status media sosial. Peserta dilatih menyusun *caption* yang komunikatif, menarik, dan sesuai dengan tujuan pesan yang ingin disampaikan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan literasi digital dan komunikasi peserta dalam memanfaatkan media sosial secara positif dan produktif.



Gambar 9. Foto Bersama
Sumber : Kegiatan PKM, 2025

Gambar 9, ini merupakan dokumentasi foto bersama antara tim pelaksana PKM dan seluruh peserta. Foto bersama ini menjadi simbol kebersamaan, partisipasi, serta keberhasilan pelaksanaan kegiatan PKM. Selain sebagai dokumentasi kegiatan, foto ini juga mencerminkan hubungan positif antara pemateri dan peserta.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan pelaksanaan pengabdian di KWT Mekar Jaya, Pekon Fajar Agung, Kecamatan Pringsewu, menunjukkan beberapa capaian penting. Pertama, kapasitas anggota dalam strategi personal branding meningkat signifikan, terlihat dari kenaikan nilai rata-rata pretest 64,2 menjadi 91,2 pada posttest. Anggota mampu menguasai aplikasi Canva, memanfaatkan media sosial, serta menunjukkan sikap, motivasi, dan partisipasi yang tinggi. Kedua, pemanfaatan teknologi digital juga meningkat, di mana anggota dapat membuat desain promosi dan mempublikasikannya melalui berbagai platform, sehingga jangkauan pasar semakin luas. Ketiga, dinamika dan koordinasi kelompok terbangun harmonis melalui kegiatan interaktif yang memperkuat kerja sama dan komunikasi, dengan hasil posttest rata-rata di atas 90. Keempat, tantangan masih ditemukan pada aspek akses modal dan kemitraan, meskipun kesadaran akan pentingnya dukungan eksternal sudah tinggi. Kelima, inovasi produk dan desain kemasan berkembang positif, menunjukkan kesiapan anggota dalam menciptakan produk yang lebih menarik dan kompetitif di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Diatmika, I. P. G., & Rahayu, S. (2021). Optimalisasi peran perempuan dan kaum muda berbasis dana desa sebagai upaya pengentasan kemiskinan di desa panji kabupaten buleleng. *Jurnal Riset Kajian Teknologi dan Lingkungan*, 4(1), 227–236. <https://doi.org/https://doi.org/10.58406/jrktl.v4i1.380>
- Hanum, F. (2024). *Pemberdayaan Buruh Tani Perempuan dalam Peningkatan Perekonomian dan Kesejahteraan*. Mega Press Nusantara.
- Inza, Hadatul, N., Gunawan, G., & Rika, D. (2023). *Rancangan penyuluhan strategi branding (packaging dan labeling) produk cookies dan sambal bawang merah (studi kasus program upland: KWT di kecamatan Pujon kabupaten Malang)*. Polbangtan Malang.
- Margayaningsih, D. I. (2020). Peran Kelompok Wanita Tani di Era Milenial. *Publiciana*, 13(1), 52–64.
- Morgan, P. (2006). *The Concept of Capacity. European Centre for Development Policy Management (ECDPM)*, Discussion Paper No. 58A.
- Nurumami, S. A., Kriska, M., & Wastutiningsih, S. P. (2023). Strategi Penguatan Modal Sosial Pada Kelompok Wanita Tani Mekar Dalam Kegiatan Pemanfaatan Pekarangan Di Kalurahan Margomulyo Kapanewon Seyegan Kabupaten Sleman. *Jurnal Ekonomi*

Pertanian dan Agribisnis, 7(4), 1258-1274.

Pasaribu, A. S., & Aldiansyah, M. T. (2024). Peran Manajemen Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Global. *Jebital: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(4), 49-60.

Susanto, A. B., & Wijarnako, H. (2014). *Power branding: Membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Mizan Pustaka.

Suswadi. (2021). *Pemberdayaan Kelembagaan Petani Organik*. Ziyad Books.