

LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SKEMA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT MANDIRI



**Digitalisasi Pemasaran Produk Pertanian melalui Platform E-Commerce Pada
Kelompok Wanita Tani(Kwt) Seruni Cibinong Bogor**

Oleh:

Ela Nurelasari, M.Kom	(201303145)
Endang Sri Palupi, M.Kom	(201809127)
Juniato Sidauruk, S.S., M.Hum	(200509534)
Rahmat Hidayat, M.Kom	(201203310)
Mohamad Rifky Ananta	(17231005)
Fairuz Zakiyan Prasetyo	(17230955)

FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA
AGUSTUS 2026

HALAMAN PENGESAHAN

- | | |
|--------------------------|--|
| 1. Judul | : Digitalisasi Pemasaran Produk Pertanian melalui Platform E-Commerce Pada Kelompok Wanita Tani(Kwt) Seruni Cibirong Bogor |
| 2. Mitra | : Aula KWT Seruni |
| 3. Ketua Pelaksana | |
| a. Nama Lengkap | : Ela Nurelasari |
| b. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| c. NIP | : 201303145 |
| d. Jabatan Fungsional | : Lektor |
| e. Program Studi | : Teknologi Informasi (SI) |
| f. Email | : ela.eur@bsi.ac.id |
| 4. Jumlah Anggota | : 3 |
| Nama Anggota | : 201809127 Endang Sri Palupi
200509534 Juniato Sidauruk
201203310 Rahmat Hidayat |
| Mahasiswa yang terlibat | : 2 Orang |
| 5. Lokasi Kegiatan/Mitra | |
| a. Wilayah Mitra | : Cibirong |
| b. Kabupaten/Kota | : KAB. BOGOR |
| c. Propinsi | : JAWA BARAT |
| 6. Biaya yang disetujui | : Rp.9.240.000,- |

Jakarta, 20 Agustus 2026

Mengetahui
Rektor UBSI



Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi,
MLKom, MM, MPd, IPU, ASEAN Eng

Ketua Pelaksana

Ela Nurelasari MLKom

Menyetujui,
Ketua LPPM UBSI



Agus Junaidi, M. Kom

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	ii
RINGKASAN	iv
I. PENDAHULUAN.....	3
II. METODE PELAKSANAAN	4
III. LUARAN YANG DICAPAI (OUTPUT)	5
IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH (OUTCOME).....	5
V. REALISASI BIAYA.....	6
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	7
DAFTAR PUSTAKA	7
LAMPIRAN	8

RINGKASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk hasil pertanian Kelompok Wanita Tani (KWT) Seruni di Cibinong, Bogor melalui pemanfaatan marketplace dan e-commerce. Selama ini, pemasaran produk anggota KWT masih terbatas pada penjualan langsung di lingkungan sekitar sehingga jangkauan pasar relatif sempit. Melalui pelatihan dan pendampingan penggunaan platform digital, anggota KWT diharapkan mampu memperluas akses pasar, meningkatkan daya saing produk, serta memperoleh nilai tambah dari hasil usahanya. Program ini mencakup pelatihan penggunaan marketplace, strategi pemasaran digital, manajemen toko online, serta pendampingan praktik hingga produk dapat dipasarkan secara optimal melalui platform e-commerce. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan KWT Seruni mampu bertransformasi ke arah pemasaran modern yang lebih efektif dan berkelanjutan. Kelompok Wanita Tani (KWT) Seruni memiliki potensi dalam menghasilkan berbagai produk pertanian yang bernilai jual. Namun, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital menyebabkan produk mereka belum dikenal secara luas. Di era transformasi digital, pemanfaatan marketplace dan e-commerce menjadi strategi efektif untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pendapatan, serta membangun citra produk yang lebih profesional. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan melalui pelatihan dan pendampingan agar anggota KWT mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Pengabdian kepada masyarakat merupakan pelaksanaan pengamalan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya langsung pada masyarakat secara kelembagaan melalui metodologi ilmiah sebagai penyebaran Tri Dharma Perguruan Tinggi serta tanggung jawab yang luhur dalam usaha mengembangkan kemampuan masyarakat, sehingga dapat mempercepat laju pertumbuhan tercapainya tujuan pembangunan nasional(1). Kelompok Wanita Tani (KWT) Seruni yang berlokasi di Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor, merupakan kelompok masyarakat yang aktif dalam kegiatan pertanian dan pengolahan hasil tani. Produk yang dihasilkan cukup beragam, mulai dari sayuran segar, olahan pangan, hingga produk turunan hasil pertanian. Potensi tersebut dapat menjadi peluang ekonomi yang baik apabila mampu dipasarkan secara luas dan berkelanjutan.

Namun demikian, permasalahan utama yang dihadapi KWT Seruni adalah keterbatasan dalam aspek **pemasaran(2)**. Saat ini, sebagian besar penjualan produk masih dilakukan secara konvensional melalui pasar tradisional, pesanan langsung, atau jaringan terbatas di sekitar wilayah Cibinong. Hal ini menyebabkan jangkauan pasar relatif sempit dan kurang mampu meningkatkan daya saing produk.

Di era digital, **marketplace dan e-commerce** telah menjadi sarana strategis dalam memperluas jaringan pemasaran. Pemanfaatan platform digital seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, hingga media sosial (WhatsApp Business, Instagram, Facebook Marketplace) dapat membuka peluang pasar yang lebih luas, meningkatkan daya saing, serta memperkuat brand produk lokal(3). Namun, sebagian besar anggota KWT Seruni masih menghadapi kendala berupa keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam mengakses, mengelola, serta memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran(4).

Selain itu, keterbatasan dalam hal **branding, packaging, dan manajemen digital marketing** juga menjadi faktor penghambat(3). Produk yang berkualitas sering kali kurang dikenal karena minimnya promosi dan strategi pemasaran yang tepat. Hal ini berdampak pada rendahnya volume penjualan serta kurang optimalnya kontribusi produk terhadap peningkatan ekonomi keluarga petani.

Melihat kondisi tersebut, dibutuhkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan dan pelatihan **pemanfaatan marketplace dan e-commerce(5)**. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kemandirian KWT Seruni

dalam mengelola pemasaran produk secara digital, sehingga produk yang dihasilkan memiliki akses pasar lebih luas, nilai jual meningkat, dan mampu bersaing dengan produk sejenis di pasaran(6). Dimana kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada anggota KWT Seruni dalam memanfaatkan marketplace dan e-commerce sebagai media pemasaran produk, meningkatkan kemampuan anggota KWT Seruni dalam melakukan branding, packaging, serta strategi digital marketing yang efektif. Membantu KWT Seruni memperluas jangkauan pemasaran produk agar dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing di pasar lokal maupun nasional. Dan mendorong kemandirian ekonomi anggota KWT Seruni melalui optimalisasi pemasaran digital yang berkelanjutan.

KWT Seruni berjumlah 17 orang dengan mempunyai lahan 1.200m². KWT SERUNI dibentuk pada tanggal 20 Oktober 2023 bertempat di saung kelompok, Kp Cikempong RT 03 RW 11 Kelurahan Pakansari Kecamatan Cibinong. Pembentukan KWT ini untuk melengkapi kegiatan yang sudah ada di RW 11 sebagai Kampung ramah Lingkungan dan keinginan ibu-ibu untuk dapat memenuhi sayuran dari pemanfaatan lahan pekarangan sendiri. Hadir saat itu, Sekretaris Kelurahan Pakansari (Bapak Nurjaya), Kasie Ekbang Kelurahan Pakansari (Bapak Sanusi), Ketua RW 11 Kelurahan Pakansari, serta Penyuluh Pertanian Kelurahan Pakansari.

Adapun profil mitra sebagai berikut :

Nama Lembaga	: KWT Seruni
Alamat	: Kp. Cikempong RW 11 Kel Pakansari
Kecamatan	: Cibinong
Kota	: Depok
Provinsi	: Jawa Barat
Kode Pos	: 16915



Gambar 1. Dokumentasi Lahan KWT Seruni



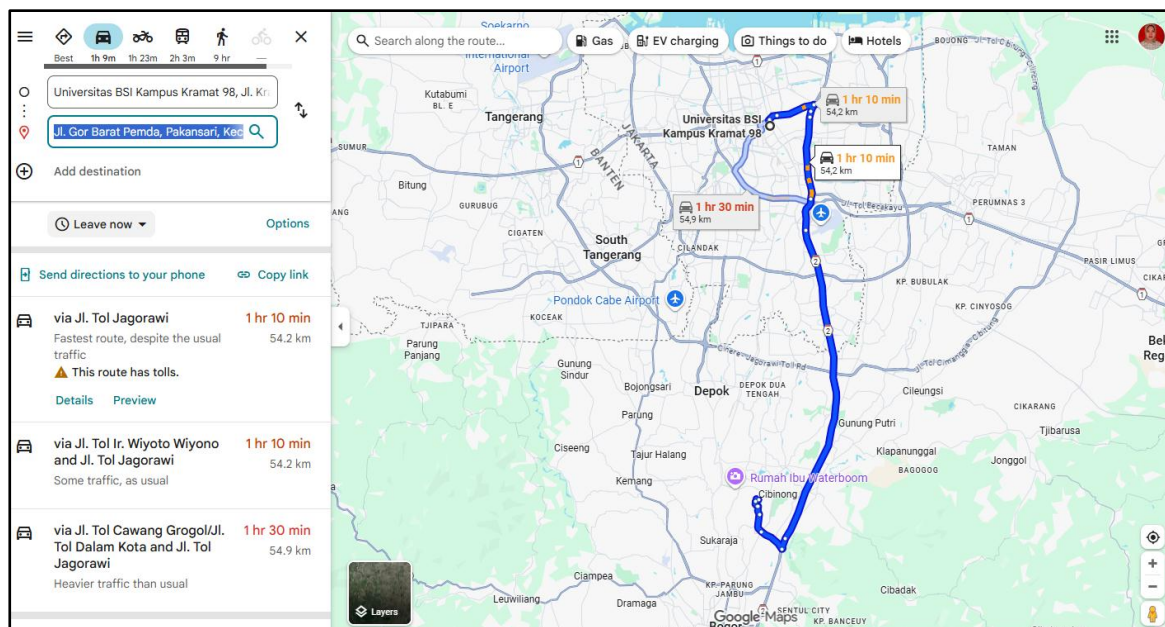
Gambar 2. Kegiatan KWT Seruni persiapan lahan penanaman tomat



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan penanaman kangkung

2. Peta Lokasi Mitra

Kelompok Wanita Tani (KWT) Seruni beralamat di Kp Cikempong RT 03 RW 11 Kelurahan Pakansari Kecamatan Cibinong. Jarak antara lokasi mitra sasaran Komunitas Wanita Tani(KWT) dengan Universitas Bina Sarana Informatika adalah 54,2 km. Lokasi dalam MAP terlihat di gambar 1 dibawah ini:



Gambar 4. Peta Lokasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Seruni

3. Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi yang telah dipaparkan, permasalahan yang dihadapi Kelompok Wanita Tani (KWT) Seruni Cibinong Bogor dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan pemahaman KWT Seruni tentang pemasaran digital?
2. Bagaimana memanfaatkan platform e-commerce untuk penjualan produk pertanian?
3. Bagaimana meningkatkan penjualan melalui strategi digital?

II. METODE PELAKSANAAN

Bentuk kegiatan yang akan dilakukan dalam Pengabdian Masyarakat ini adalah melalui sosialisasi kepada KWT Seruni dalam Peningkatan Pemasaran Produk melalui Pemanfaatan Marketplace dan E-Commerce. Dosen yang terlibat dalam pengabdian masyarakat adalah dosen dari Fakultas Teknik dan Informatika Universitas Bina Sarana Informatika.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa sosialisasi untuk menyampaikan teori, sedangkan untuk metode praktiknya yaitu simulasi dan tanya jawab. Durasi kegiatan ini adalah kurang lebih 2 jam dengan tahapan sebagai berikut:

1. Pembuatan modul atau materi pengabdian masyarakat. Panitia menyiapkan cetakan modul agar memberikan kemudahan kepada peserta untuk membaca teori yang disampaikan.
2. Pembuatan proposal pengabdian masyarakat oleh Ela Nurelasari, M.Kom. selaku ketua PM yang diajukan ke LPPM Universitas Bina Sarana Informatika
3. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat dengan rencana kegiatan sebagai berikut:
 - a. 30 menit persiapan dan registrasi peserta.
 - b. 60 menit untuk pemaparan materi dalam bentuk sosialisasi
 - c. 30 menit untuk diskusi dan tanya jawab.
4. Pembuatan luaran dan laporan hasil kegiatan pengabdian masyarakat sebagai bukti kegiatan tersebut sudah terlaksana dengan baik dan lancar.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Sabtu, 18 April 2026

Waktu : 09.00 – 11.00 WIB

Tempat : Kp Cikempong RT 03 RW 11 Kelurahan Pakansari
Kecamatan Cibinong

Dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat berikut tugas dari anggota tim pengabdian kepada masyarakat:

1. Ketua Pelaksana:

Nama : Ela Nurelasari, M.Kom

Tugas :

- a. Bertanggung jawab dan merancang program pengabdian masyarakat.
- b. Melakukan pendekatan kepada mitra pengabdian masyarakat.
- b. Membuat proposal pengabdian masyarakat
- c. Mempersiapkan pelaksanaan program pengabdian masyarakat.
- d. Pendampingan dan pemantauan pelaksanaan program pengabdian masyarakat.

2. Anggota 1

Nama : Rahmat Hidayat, M.Kom

Tugas :

- a. Menyusun laporan pelaksanaan program pengabdian masyarakat.
- b. Melaksanakan pendampingan, pemantauan serta dokumentasi
- c. Membuat kuesioner
- d. Absensi peserta

3. Anggota 2

Nama : Juniato Sidauruk, S.S., M.Hum

Tugas :

- a. Membuat publikasi di media massa.
- b. Melaksanakan pendampingan dan pemantauan
- c. Merekap kuesioner
- d. Absensi panitia

4. Anggota 3

Nama : Endang Sri Palupi, M.Kom

Tugas :

- a. Menyusun materi pelatihan
- b. Menyampaikan materi sosialisasi

5. Mahasiswa yang dilibatkan dalam program kemitraan masyarakat:

Nama : Mohamad Rifky Ananta dan Fairuz Zakiyan Prasetyo

Tugas :

Membantu semua pelaksanaan kegiatan pelatihan

III. LUARAN YANG DICAPAI (OUTCOME)

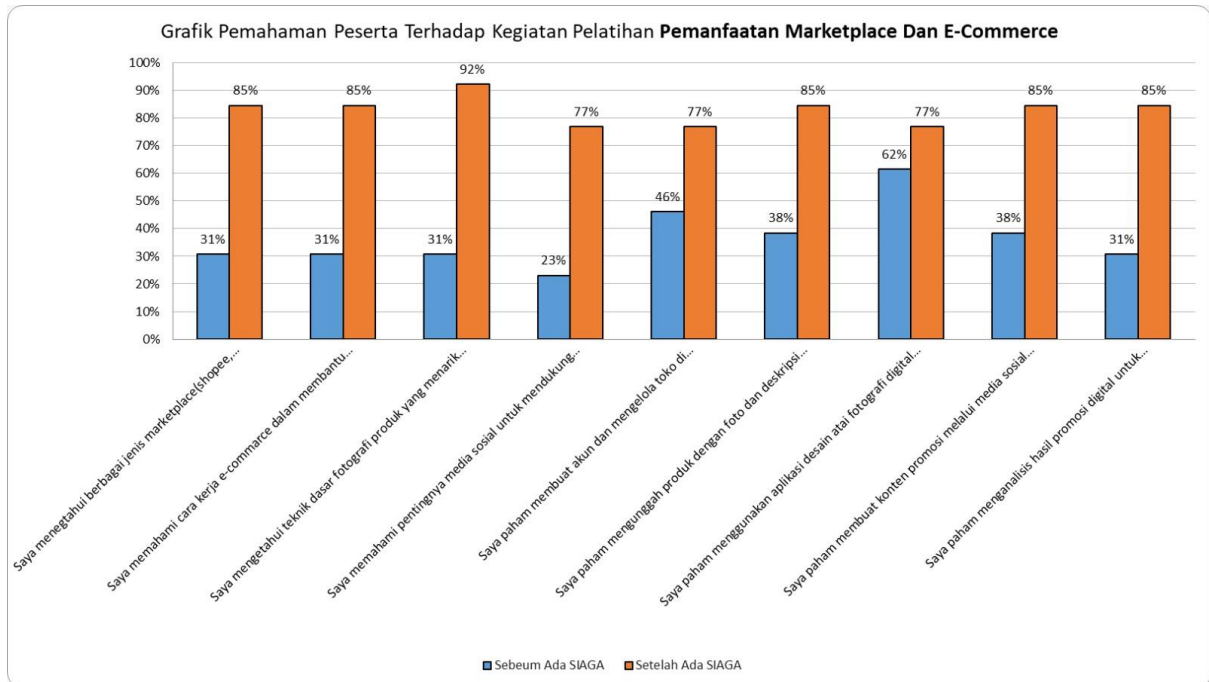
Jenis luaran yang akan dihasilkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa press release sesuai dengan target yang ada dalam proposal dengan judul ” **Digitalisasi Pemasaran Produk Pertanian melalui Platform E-Commerce Pada Kelompok Wanita Tani(Kwt) Seruni Cibinong Bogor**” yang publish pada tanggal 22 April 2026. Berikut link press release: <https://news.bsi.ac.id/pengabdian-masyarakat/digitalisasi-pemasaran-produk-pertanian-ubsid-dorong-kwt-seruni-cibinong-tembus-pasar-digital/>. Dengan adanya kegiatan tersebut diharapkan peserta dapat memahami terkait materi yang disampaikan.

IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH (OUTCOME)

Hasil dari kegiatan ini tentunya berharap memberikan yang terbaik bagi Kelompok Wanita Tani(KWT) Seruni Cibinong Bogor, dimana sebagai evaluasi kami memberikan kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan, dimana hasil ini tentukan menjadikan bahan evaluasi dari kegiatan ini berhasil atau tidaknya terlihat dari manfaat yang di dapat dari kelompok ini.

Tingkat Pemahaman	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
Saya mengetahui berbagai jenis marketplace(shopee, Tokopedia dll)	31%	85%
Saya memahami cara kerja e-commerce dalam membantu pemasaran produk lokal	31%	85%
Saya mengetahui teknik dasar fotografi produk yang menarik untuk promosi digital	31%	92%
Saya memahami pentingnya media sosial untuk mendukung promosi usaha	23%	77%
Saya paham membuat akun dan mengelola toko di marketplace/e-commerce	46%	77%
Saya paham mengunggah produk dengan foto dan deskripsi yang menarik	38%	85%
Saya paham menggunakan aplikasi desain atau fotografi digital (canva, Sanpseed dll)	62%	77%
Saya paham membuat konten promosi melalui media sosial (Instagram, Facebook, Tiktok)	38%	85%
Saya paham menganalisis hasil promosi digital untuk meningkatkan penjualan produk saya	31%	85%

Gambar 5. Rekap kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan



Gambar 6. Grafik Peningkatan Pemahaman Kegiatan

V. REALISASI BIAYA

Tabel 1. Realisasi Biaya

No	Item Honor Kegiatan	Volume	Satuan	Biaya	Total
1	Honor narasumber pelatihan kepemimpinan dan penguatan kapasitas anggota KWT	1	Orang	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000
2	Honor pembantu lapangan 2 kegiatan (sebanyak 2 orang)	4	Orang	Rp 120.000	Rp 480.000
3	Honor enumerator kegiatan PkM	2	Orang	Rp 80.000	Rp 160.000
Biaya Honor Kegiatan					Rp 3.640.000
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Biaya	Total
1	Pembuatan materi pelatihan	1	Paket	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
2	Cetak materi pelatihan	20	Pcs	Rp 20.000	Rp 400.000
Biaya Belanja Bahan Kegiatan					Rp 1.400.000
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Biaya	Total
1	Stasionary untuk kebutuhan kegiatan PkM	1	Paket	Rp 500.000	Rp 500.000

2	Cetak spanduk kegiatan PkM	1	Pcs	Rp 150.000	Rp 150.000
3	Publikasi Press Release pada media massa elektronik	1	Paket	Rp 300.000	Rp 300.000
4	Biaya pembuatan video kegiatan PkM	1	Paket	Rp 300.000	Rp 300.000
5	Biaya Snack Box kegiatan PkM	50	Pcs	Rp 25.000	Rp 1.250.000
6	Biaya Snack Box kegiatan Monitoring dan Evaluasi	20	Pcs	Rp 25.000	Rp 500.000
Biaya Belanja Bahan Non Operasional					Rp 3.000.000
No	Item Perjalanan	Volume	Satuan	Biaya	Total
1	Biaya transportasi tim untuk observasi ke lapangan dan wawancara dengan pengurus KWT Seruni	4	Kali	Rp 100.000	Rp 400.000
2	Biaya transportasi tim untuk diskusi dengan pengurus KWT Seruni	4	Kali	Rp 100.000	Rp 400.000
3	Biaya transportasi monitoring kemajuan pembuatan video pelatihan	4	Kali	Rp 100.000	Rp 400.000
Biaya Perjalanan					Rp 1.200.000
Total Dana Kegiatan PkM					Rp 9.240.000

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian yang sudah dilaksanakan berjalan dengan lancar dan sangat interaktif. Keberhasilan kegiatan ini ditunjukkan antara lain oleh:

1. Kegiatan pengabdian berhasil meningkatkan pengetahuan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Seruni terkait pemasaran digital dan pemanfaatan platform e-commerce.
2. Peserta memperoleh keterampilan praktis dalam membuat akun, mengelola produk, serta melakukan promosi secara online.
3. Terjadi perubahan pola pemasaran dari metode konvensional ke digital yang lebih efektif dan efisien.
4. Pemanfaatan e-commerce membuka akses pasar yang lebih luas, tidak terbatas pada wilayah lokal saja.
5. Produk pertanian yang dihasilkan menjadi lebih kompetitif melalui strategi pemasaran digital yang tepat.
6. Kegiatan ini berpotensi meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan anggota KWT Seruni.
7. Meningkatnya literasi digital anggota mendorong kemandirian dalam mengelola pemasaran secara berkelanjutan.
8. Diharapkan KWT Seruni mampu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk mendukung keberlangsungan usaha.

6.2 Saran

Saran yang ingin disampaikan adalah diharapkan peserta dapat menerapkan dan mengimplementasikan dalam kegiatan yang dilakukan dengan materi yang telah disampaikan terkait bagaimana memanfaatkan marketplace dan E-Commerce dalam pengembangan bisnis penjualan hasil dari tani di KWT Seruni.

DAFTAR PUSTAKA

1. Yoga Mega, Aza Ruvidyansah, Raka Putra S, Veronika Imanuel Puraji, Monica Lewinsky, Moch. Arkansyah. Edukasi Public Speaking Anak Panti Asuhan Graha Yatim Dhuafa Surabaya. Prapanca : Jurnal Abdimas. 2022;2(2):126–30.
2. Yuda Syaputra D. Konsep Strategi Pemasaran Marketplace Sebagai Penerapan Marketing 4.0. 2021 Jun;
3. Wusqo AU, Fridayanti BE, Aisyah S. Pengembangan dan Pendampingan UMKM Dompot Kulit Melalui Digitalisasi Marketing Berbasis Marketplace Shopee Untuk Menunjang Pemasaran dan Peningkatan Penjualan. JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat). 2023 Mar 20;7(1):43.
4. Bobsaid AA, Saputro EA. Pendampingan Strategi Pemasaran UMKM Desa Giripurno Melalui Digital Marketing. Jurnal Ilmiah Pangabdhi. 2022 Nov 9;8(2):57–61.
5. Ardy CK. Pengaruh Social Media Marketing Dan Marketplace Marketing Terhadap Minat Beli Produk TREE-X. Vol. 6, PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. 2021.
6. Urwatul Wusko A. Optimalisasi Online Marketing melalui Marketplace Shopee Produk UMKM Kopi Kutjur Sumberrejo Purwosari Pasuruan. 2023;

LAMPIRAN

Lampiran A. Dokumentasi Absen Panitia

DAFTAR HADIR PANITIA

Judul Kegiatan : Digitalisasi Pemasaran Produk Pertanian melalui Platform E-Commerce
Pada Kelompok Wanita Tani(Kwt) Seruni Cibinong Bogor

Mitra : KWT Seruni

Hari/Tanggal : Sabtu, 18 April 2026

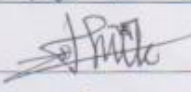
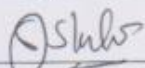
Alamat : Kp. Cikempong RT 03 Rw 11 Keluarahan Pakansari Kecamatan
Cibinong

No.	Nama Panitia	Status	Tanda Tangan
1.	Ela Nurelasari, M.Kom	Ketua Pelaksana	
2.	Endang Sri Palupi, M.Kom	Anggota	
3.	Juniato Sidauruk, S.S., M.Hum	Anggota	
4.	Rahmat Hidayat, M.Kom	Anggota	
5.	Mohamad Rifky Ananta	Anggota	
6.	Fairuz Zakiyan Prasetyo	Anggota	

Lampiran B. Absen Peserta

Produksi Visual Marketing KWT Seruni melalui Teknologi AI Photo untuk Meningkatkan Nilai
Jual Produk

Hari/Tgl : Sabtu, 18 April 2026

No.	Nama Peserta	Tanda Tangan
1.	Asmaul	
2.	Lasinem	
3.	Sri Maryati	
4.	Ernawati	
5.	NURAINI	
6.	SUKASTINAH	
7.	Yurnanengsih	
8.	Katni	
9.	ETI Rohaeti	
10.	Rumrati	
11.	marakati	
12.	Sri Surasmi	
13.	Sumiati	
14.	DEDEH-m	
15.	Desi m.	
16.	Teresia	
17.		

Lampiran C. Surat Keterangan Mitra/Instansi



KELOMPOK WANITA TANI
SERUNI RW.011
KP.CIKEMPONG RT.03 RW.011 KEL. PAKANSARI KEC. CIBINONG

SURAT KETERANGAN

Nomor: 02/KWT-SERUNI/04/2026

Ketua Kelompok Wanita Tani Seruni menerangkan bahwa:

Nama Lembaga : Universitas Bina Sarana Informatika
Alamat : Jl. Kramat Raya No.98, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

Telah melaksanakan Pengabdian Masyarakat berupa Digitalisasi Pemasaran Produk Pertanian melalui Platform E-Commerce Pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Seruni Cibinong Bogor.

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 18 April 2026 di Balai KWT Seruni, dengan Susunan panitia sebagai berikut:

Penanggung Jawab	Prof. Dr. Moch. Wahyudi, MM, M.Kom, M.Pd, IPU, ASEAN Eng
Ketua Pelaksana	Ela Nurelasari, M.Kom
Tutor	Endang Sri Palupi, M.Kom
Anggota	Juniato Sidauruk, S. S, M.Hum Rahmat Hidayat, M.Kom Mohamad Rifky Ananta Fairuz Zakiyan Prasetyo

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Bogor, 25 April 2026
Ketua KWT Seruni



Theresia Sugik Hartini
NIK. 3201016011620004

Lampiran D. Luaran PM (press release yang sudah terbit)

news.bsi.ac.id/pengabdian-masyarakat/digitalisasi-pemasaran-produk-pertanian-ubsi-dorong-kwt-seruni-cibinong-tembus-pasar-dig...

KAMIS, APRIL 23, 2026 Kontak | Galeri | Agenda Sign In

news
BSI

Home | Berita | Pendidikan | Fakultas | Beasiswa | Pengabdian Masyarakat | Prestasi | Opini Dosen | Event | More

Home > Pengabdian Masyarakat > Digitalisasi Pemasaran Produk Pertanian, UBSI Dorong KWT Seruni Cibinong Tembus Pasar Digital



Artikel Terpopuler

Harga Emas Antam Naik Turun, Siapa yang Mengendalikan? Pasar atau Algoritma?
Mar 23, 2026 691

22 Mahasiswa UBSI Lolos Google Student Ambassador (GSA) 2026, Bukti Kampus Digital Kreatif Berkualitas
Apr 1, 2026 370

Naik Kereta Makin Hemat! UBSI Gandeng KAI Beri Diskon 10% hingga 2029
Mar 27, 2026 300

Syarat dan Cara Mendapatkan Kartu Indonesia Pintar (KIP) Kuliah untuk Biaya Pendidikan
Apr 1, 2026 182

UBSI Kampus Pontianak Ajak Orang Tua Lebih Dekat dengan Dunia Kampus Lewat Bincang Kampus Bersama Orang Tua
Apr 19, 2026 168

Anti Nganguri Prodi Informatika Cetak Lulusan Siap Kerja di Dunia Teknologi
Apr 1, 2026 147

Digitalisasi Pemasaran Produk Pertanian, UBSI Dorong KWT Seruni Cibinong Tembus Pasar Digital

By Ana Ramadhayanti — On Apr 22, 2026

Share 12

BSINews, Bogor-Upaya digitalisasi pemasaran produk pertanian terus didorong oleh Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang digelar di Cibinong, Bogor, pada Sabtu (18/4/2026). Kegiatan bertajuk *Digitalisasi Pemasaran Produk Pertanian melalui Platform E-Commerce pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Seruni Cibinong* Bogor ini bertujuan meningkatkan jangkauan pemasaran dan kesejahteraan petani melalui pemanfaatan teknologi digital.

Baca juga: UBSI Berikan Pelatihan Pemanfaatan AI untuk Guru dan Staf RA Aisyiyah Jakarta

Program yang diinisiasi oleh dosen Fakultas Teknik dan Informatika (FTI) UBSI ini menyasar Kelompok Wanita Tani (KWT) Seruni yang dipimpin oleh Theresia Sugik Hartini. Kelompok ini dikenal memiliki semangat tinggi dalam mengembangkan hasil pertanian dengan motto "Menanam Harapan, Memanen Kebalkan", serta keinginan kuat untuk memperluas pasar produk mereka.

Sebagai Kampus Digital Kreatif, UBSI berkomitmen menghadirkan solusi nyata bagi masyarakat melalui penerapan teknologi, termasuk dalam sektor pertanian. Kegiatan ini menjadi salah satu bentuk nyata kontribusi perguruan tinggi dalam mendorong transformasi digital di tingkat komunitas.

Dalam kegiatan tersebut, Endang selaku pemateri yang berpengalaman di bidang digitalisasi pemasaran menekankan pentingnya pemanfaatan platform e-commerce.

"Digitalisasi pemasaran dapat memotong rantai pasok yang panjang sehingga petani mendapatkan harga yang lebih baik dan konsumen memperoleh produk yang lebih segar," ujarnya.

Ia juga menambahkan bahwa digitalisasi mampu meningkatkan efisiensi sektor agrikultur sekaligus mendorong integrasi data pertanian secara lebih sistematis. Berbagai platform digital seperti Gokomodo, AyoTani, SIPEHTani, hingga marketplace umum seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak diperkenalkan sebagai sarana pemasaran yang potensial.

Ketua pelaksana kegiatan, Ela Nurelazar, menyampaikan bahwa banyaknya pilihan platform digital memberikan peluang besar bagi petani untuk berkembang. Hal ini juga didukung oleh tim dosen lainnya yang turut memberikan pendampingan dalam kegiatan tersebut.

Pada sesi diskusi, Ketua KWT Seruni, Theresia Sugik Hartini, mengungkapkan kebutuhan akan arahan teknis dalam memulai pemasaran digital. Ia menilai kegiatan ini sangat bermanfaat karena memberikan pengalaman praktik secara langsung.

"Terima kasih telah memberikan sesuatu yang berbeda melalui kegiatan langsung praktik, inilah yang Ibu-Ibu KWT Seruni inginkan," tegas Theresia.

Selain itu, para peserta juga dibekali strategi pemasaran digital seperti pembuatan katalog visual yang menarik, pemanfaatan media sosial, serta penggunaan fitur promosi di platform e-commerce. Kerja sama dengan agregator atau koperasi digital juga menjadi alternatif yang disarankan untuk memperluas distribusi produk.

Baca juga: Tingkatkan Kualitas Komunikasi, Dosen UBSI Gelar Pelatihan Public Speaking untuk TPA Abah Mangun

Kegiatan ditutup dengan sesi ramah tamah yang diisi dengan sajian hasil produksi pertanian KWT Seruni. Suasana hangat dan penuh antusiasme mencerminkan semangat kolaborasi antara akademisi dan masyarakat dalam mendorong kemajuan sektor pertanian berbasis teknologi.

Melalui kegiatan ini, UBSI berharap Kelompok Wanita Tani Seruni mampu beradaptasi dengan perkembangan digital dan meningkatkan daya saing produk pertanian di pasar yang lebih luas.

UBSI

Share Facebook Twitter Google+ Reddit + 12

Link press release: <https://news.bsi.ac.id/pengabdian-masyarakat/digitalisasi-pemasaran-produk-pertanian-ubsi-dorong-kwt-seruni-cibinong-tembus-pasar-digital/>

Lampiran E. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Absensi Peserta Kelompok Wanita Tani Seruni



Sambutan dari Ketua KWT Seruni



Sambutan dari Ketua Pelaksana Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



Peserta Kelompok Wanita Tani Seruni



Photo panita dan peserta kegiatan