

## Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Pupuk Organik di Kelompok Karya Bhakti Kecamatan Kaligesing

Cahyana Nursidiq<sup>1</sup> Muhammad Alqiya Inzaghi<sup>2</sup> Efi Setianingsih<sup>3</sup> Sugeng Priyadi<sup>4</sup> Icha Tria Anjani<sup>5</sup> Kurniawati<sup>6</sup>

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Purworejo, Kabupaten Purworejo, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia<sup>1,2,3,4,5,6</sup>

Email: [cahyana@umpwr.ac.id](mailto:cahyana@umpwr.ac.id)<sup>1</sup> [alqiyai@gmail.com](mailto:alqiyai@gmail.com)<sup>2</sup> [efisetianingsih0509@gmail.com](mailto:efisetianingsih0509@gmail.com)<sup>3</sup> [sugeng28122000@gmail.com](mailto:sugeng28122000@gmail.com)<sup>4</sup> [icha3aanjani.018@gmail.com](mailto:icha3aanjani.018@gmail.com)<sup>5</sup> [kwati811@gmail.com](mailto:kwati811@gmail.com)<sup>6</sup>

### Abstrak

Kecamatan Kaligesing, sebagai salah satu wilayah dengan populasi kambing terbesar di Kabupaten Purworejo, menghadapi tantangan pengelolaan limbah ternak yang berpotensi menimbulkan masalah lingkungan. Kelompok Tani Karya Bhakti didirikan untuk mengelola limbah tersebut menjadi pupuk organik yang bernilai ekonomis. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kelompok tani melalui pelatihan pemasaran digital dan pendampingan strategis. Metode yang digunakan melibatkan survei langsung, diskusi, dan pelatihan pemasaran digital menggunakan platform *e-commerce* seperti Shopee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan ini meningkatkan pemahaman anggota kelompok tani tentang manajemen pemasaran digital, memperluas pasar, dan meningkatkan volume penjualan produk pupuk organik mereka. Program ini diharapkan mampu mendukung kemandirian kelompok tani dalam mengelola usaha mereka secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Kelompok Tani, Pemasaran Digital, Pupuk Organik, Pengolahan Limbah



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

### PENDAHULUAN

Kecamatan Kaligesing merupakan salah satu wilayah peternak kambing terbesar di Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah. Menurut survei yang dilakukan oleh BPS Kabupaten Purworejo, wilayah Kaligesing menjadi salah satu basis peternak kambing terbesar dengan populasi kambing ternak sebanyak 49.780 ekor (BPS, 2020). Populasi kambing ternak yang tinggi di wilayah Kecamatan Kaligesing berpotensi menimbulkan masalah lingkungan akibat limbah kotoran ternak, jika masyarakat setempat tidak mengelola limbah tersebut dengan baik. Maka dari itu, masyarakat tergerak untuk membentuk perhimpunan atau kelompok tani guna mengelola limbah ternak secara kolektif, memanfaatkan limbah tersebut menjadi pupuk organik yang bernilai ekonomis, serta mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Perhimpunan atau kelompok masyarakat merupakan sekumpulan orang yang memiliki maksud dan niat yang sama untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Raintung et al., 2021). Kelompok tani dapat diartikan sebagai kumpulan orang-orang yang berprofesi sebagai petani dan berinteraksi secara informal untuk memenuhi kebutuhan bersama. Kelompok tani dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan kemampuan para anggotanya, meningkatkan taraf hidup keluarga mereka, dan menjadi wadah bagi para petani yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk penyuluhan.

Kelompok tani di wilayah Kaligesing yang bergerak dibidang pengolahan limbah kotoran kambing ini adalah Kelompok Tani Karya Bhakti yang beralamat di Dusun Denansri, Desa Donorejo, Kec. Kaligesing, Kab. Purworejo, Rt 06/Rw 03. Menurut Wirajaya et al., (2020) pemanfaatan pengelolaan limbah kotoran ternak memiliki maksud untuk mengurangi polusi udara yang ditimbulkan oleh kotoran kambing dan juga meningkatkan taraf hidup masyarakat desa melalui penjualan pupuk organik yang berasal dari limbah tersebut. Selain

itu, kandungan yang terdapat pada kotoran kambing mampu menyuburkan tanah karena mengandung unsur hara seperti, nitrogen (N), fosfor (P), kalium (K), kalsium, nitrogen, magnesium, dan belerang (Pakpahan et al., 2023). Pengelolaan limbah kotoran kambing yang dilakukan oleh kelompok tani Karya Bhakti sangat menjanjikan karena area produksi dengan sumber bahan baku berada di satu tempat yang sama. Hal ini menjadikan potensi pengembangan usaha pupuk kotoran kambing yang dapat menguntungkan bagi pelakunya. Namun, ketika penulis melakukan observasi langsung ke tempat produksi, kelompok tani Karya Bhakti memiliki beberapa kendala dalam bidang pemasaran, seperti penjualan pupuk mandek di sekitaran wilayah Kabupaten Purworejo saja, pengembangan media sosial kelompok tani Karya Bhakti mengalami kondisi yang stagnan, kurangnya pemahaman akan manajemen pemasaran yang baik, serta terbatasnya informasi tentang sistem penjualan melalui aplikasi *e-commerce*. Berdasarkan permasalahan yang ditemui, diperlukan program pelatihan untuk membantu kelompok tani Karya Bhakti dalam mengembangkan pemasaran produk yang telah mereka ciptakan. Hasil yang diharapkan melalui pelatihan ini adalah kelompok tani Karya Bhakti dapat mengaplikasikan pemahaman tentang manajemen dan pemasaran produk melalui *e-commerce* agar usaha yang mereka jalankan dapat berkembang secara mandiri dan menjangkau berbagai konsumen kedepannya.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh kelompok tani Karya Bhakti, pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu survei awal, pelatihan pemasaran digital, pendampingan strategis, dan evaluasi pemasaran. Survei awal mencakup identifikasi masalah yang dihadapi oleh kelompok tani Karya Bhakti terkait dengan pemasaran pupuk. Pelatihan pemasaran digital bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan mengedukasi anggota kelompok tani Karya Bhakti tentang pemanfaatan platform *e-commerce* dan media sosial untuk memasarkan produk. Pendampingan strategis dilakukan untuk mendesain ulang kemasan, membuat brosur, serta mempersiapkan dan mengelola akun *e-commerce*. Setelah seluruh kegiatan tersebut dilaksanakan, evaluasi dilakukan untuk mengukur dampak pelatihan terhadap peningkatan penjualan dan pemahaman pemasaran anggota kelompok tani Karya Bhakti. Pada kegiatan pendampingan, peserta utamanya adalah seluruh pengurus dan anggota Kelompok Tani Karya Bhakti yang berjumlah 20 orang. Partisipasi yang diberikan oleh anggota Kelompok Tani Karya Bhakti dilakukan untuk meningkatkan pemahaman akan manajemen pemasaran yang baik dengan cara membentuk tim tersendiri dan memasarkan produk secara modern melalui platform *e-commerce* Facebook *Marketplace* dan *Shopee*.

#### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Program pendampingan telah dilaksanakan pada November 2024 hingga Januari 2025. Selama proses pengabdian masyarakat ini dilakukan, ada empat tahapan yang telah dilalui oleh penulis, berikut hasilnya:

1. Kegiatan Survei Awal. Pendampingan diawali dengan diskusi bersama pengurus terkait permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh Kelompok Tani Karya Bhakti. Diskusi tersebut menghasilkan analisis atas permasalahan yang dihadapi oleh kelompok tani, solusi yang tepat untuk masing-masing permasalahan, serta perencanaan pemasaran ke depan. Setelah diperoleh hasil yang memadai, disusunlah rencana program program pemasaran produk pupuk kambing melalui platform *e-commerce*.



Gambar 1. Survei pertama pada tanggal 24 Oktober 2024

2. Mendesain Ulang Kemasan dan Brosur. Pada pertemuan kedua pada 3 Desember 2024, ketua dari kelompok tani Karya Bhakti bersama penulis menginisiasi untuk membuat desain baru untuk karung ukuran 25 kilogram dan 50 kilogram dan membuat brosur untuk disebar ke toko yang sekitar Kabupaten Purworejo yang belum tersedia produk pupuk kambing Maju Rebuk. Berikut adalah hasil desain ulang dan brosur yang dibuat:



Gambar 2. Hasil desain ulang karung pupuk 25 Kg (kiri) & 50 KG (kanan)



Gambar 3. Hasil desain brosur produk pupuk kambing Maju Rebuk

Pembaharuan desain yang diinisiasi berfungsi untuk menarik minat konsumen dan juga meningkatkan penjualan pupuk kotoran kambing (Nursidiq & Iftayani, 2020). Hal yang diharapkan melalui pembaharuan desain dan pembuatan brosur adalah masyarakat, terutama petani di Kabupaten Purworejo dan sekitarnya, dapat lebih mengenal produk pupuk kotoran kambing Maju Rebuk. Langkah selanjutnya penulis membagikan brosur yang telah dicetak ke sejumlah pasar untuk mengenalkan kepada para penjual perlengkapan pertanian sembari merancang *e-commerce* Shopee untuk menjual produk.



Gambar 4. Penyebaran brosur ke pasar sekitar Kabupaten Purworejo

3. Pelatihan Optimalisasi *E-commerce* dan Sarahsehan. Setelah melakukan observasi, mendesain baru kemasan produk, dan menyebar brosur kesejumlah pedagang di sekitar Kabupaten Purworejo. Penulis melanjutkan kegiatan pendampingan dengan mengadakan sarasehan yang bertujuan untuk mengajarkan kelompok tani Karya Bhakti tata cara memasarkan produk pupuk kotoran kambing Maju Rebuk guna mendukung pemasaran dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Kegiatan tersebut diadakan pada tanggal 6 Januari 2025 dengan jumlah peserta 20 orang.



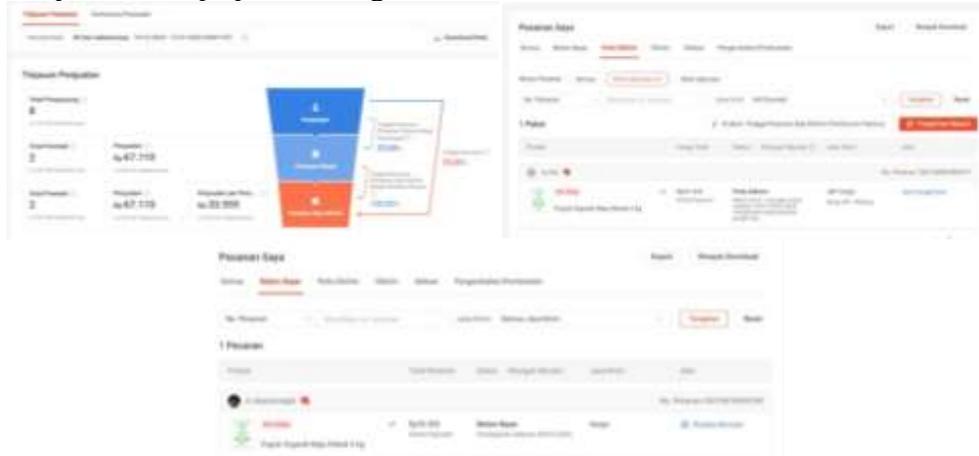
Gambar 5. Pendampingan penggunaan akun Shopee untuk menjual Pupuk



Gambar 6. Mengatur akun Shopee produk pupuk kambing Maju Rebuk

Pemilihan *e-commerce* Shopee didasarkan pada kemudahannya dalam penggunaan yang memungkinkan semua orang, termasuk anggota kelompok tani yang kurang terbiasa dengan teknologi, dapat berbelanja secara *online* dengan mudah. Setelah akun tersebut dibuat, penulis melakukan kegiatan pelatihan penggunaan dan mengoperasikan aplikasi Shopee kepada anggota kelompok tani Karya Bhakti. Dalam kegiatan pelatihan ini juga penulis menjelaskan pentingnya memilih seseorang yang dapat diberikan tugas untuk memajemen pemasaran atas produk yang telah dihasilkan.

4. Hasil Pelatihan dan Pendampingan. Setelah serangkaian kegiatan pendampingan yang telah dilakukan oleh penulis pada kelompok tani Karya Bhakti. Akun shopee Pupuk Organik Maju Rebuk telah menerima pesanan pertamanya pada 7 Januari 2025 dengan dua kali pemesanan pada item pupuk 5 kilogram.



Gambar 7. Pesanan Pupuk Organik Maju Rebuk di e-commerce Shopee

Konsumen yang telah membeli produk tersebut meninggalkan nilai yang baik (*rating*) pada lapak Pupuk Organik Maju Rebuk. Adapula testimoni dan penilaian yang diberikan dari konsumen setelah membeli dan menggunakan pupuk kotoran kambing Maju Rebuk, baik pada e-commerce Shopee dan pembelian secara langsung setelah penulis menyebarkan brosur. Penulis berharap, setelah kegiatan pendampingan ini kelompok tani Karya Bhakti dapat dengan mandiri mengelola akun yang telah disusun sedemikian rupa, bukan hanya untuk menjual hasil produk mereka, tetapi juga bisa memperluas pangsa pasar dari produk kotoran kambing Maju Rebuk.



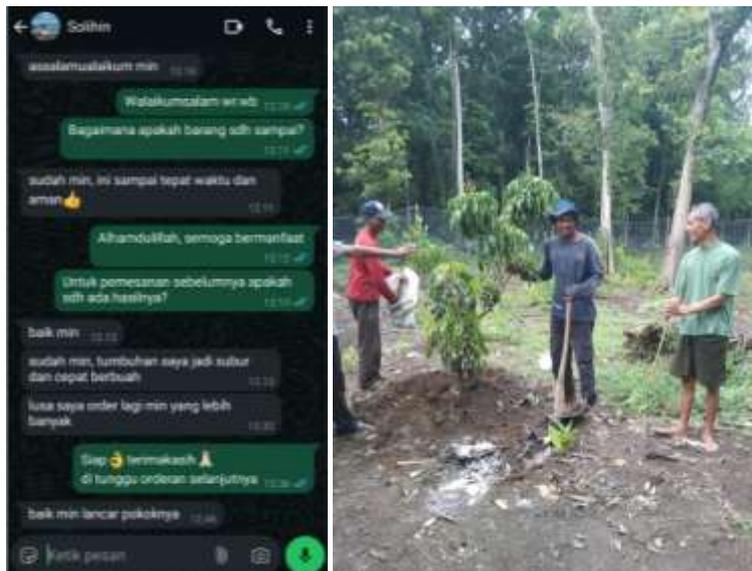
Gambar 8. Testimoni dan nilai pada akun Shopee Pupuk Organik Maju Rebuk

Selain menerima pesanan melalui Shopee, pak Kusman selaku ketua kelompok meminta penulis untuk memperbaharui dan menghidupkan kembali halaman Facebook Maju Rebuk guna menarik minat konsumen dan membeli produk yang telah ditawarkan.



Gambar 9. Halaman Facebook Kelompok Tani Karya Bhakti

Hasil dari pembaharuan halaman Facebook tersebut dapat menarik konsumen untuk langsung membeli pupuk kotoran kambing Maju Rebuk melalui aplikasi kirim pesan WhatsApp. Setelah barang diterima, konsumen memberikan testimoni kepada admin tentang pengalamannya menggunakan pupuk tersebut untuk tamanannya.



Gambar 10. Testimoni konsumen yang membeli langsung Pupuk Organik Maju Rebuk

## KESIMPULAN

Serangkaian kegiatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan pemasaran secara *online* untuk kelompok tani Karya Bhakti telah dilaksanakan dengan baik mulai dari November 2024 hingga Januari 2025. Agenda utama yang disampaikan pada program ini adalah meningkatkan kembali pemasaran, baik *online* maupun *offline*, produk pupuk organik Maju Rebuk yang dikelola oleh kelompok tani Karya Bhakti. Hasil yang didapatkan dari kegiatan ini adalah: (1) Perubahan desain kemasan pupuk organik Maju Rebuk dan membuat brosur untuk disebar ke toko pertanian di wilayah Purworejo dan sekitarnya, (2) Pelatihan pemasaran digital melalui *e-commerces* dan media sosial, serta (3) Meningkatnya kemampuan anggota kelompok tani Karya Bhakti untuk memasarkan produknya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik Jawa Tengah. (2020). Populasi Ternak Menurut Kecamatan dan Jenis Ternak di Kabupaten Purworejo (ekor). <https://Purworejokab.Bps.Go.Id/.https://purworejokab.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTMxIzE=/populasi-ternak-menurut-kecamatan-dan-jenis-ternak-di-kabupaten-purworejo--ekor---2019.html>
- Nursidiq, C., & Iftayani, I. (2020). Pelatihan Packing dan Pendampingan Pemasaran Online bagi UMKM Yangko Anindita Purworejo. *Proceeding Univercity Research Colloquium*, 99–104.  
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3030152&val=27441&title=Pelatihan Packaging dan Pendampingan Pemasaran Online bagi UMKM Yangko Anindita Purworejo](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3030152&val=27441&title=Pelatihan%20Packaging%20dan%20Pendampingan%20Pemasaran%20Online%20bagi%20UMKM%20Yangko%20Anindita%20Purworejo)
- Pakpahan, E. H., Nurlita, D., & Fahendra, M. S. (2023). Pembuatan Pupuk Kompos dari Kotoran Kambing. *Jurnal Dirosah Islamiyah*, 5(3), 864–869.  
<http://journal.laaroiba.ac.id/index.php/jdi/article/view/4322>
- Raintung, A., Sambiran, S., & Sumampow, I. (2021). Peran Pemerintah Desa dalam Pemberdayaan Kelompok Tani di Desa Mobuya Kecamatan Passi Timur Kabupaten Bolaang Mongondow. *Jurnal Governance*, 1(2), 1–9.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/governance/article/view/35369/33100>
- Wirajaya, A. A. M., Yuliantini, M. S., & Sudita, I. D. N. (2020). PKM Pemanfaatan Kotoran Kelinci Pada Kelompok Tani Ternak Di Kawasan Wisata Desa Pancasari-Kecamatan Sukasada Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. *WICAKSANA: Jurnal Lingkungan Dan Pembangunan*, 4(2), 7–20. <https://doi.org/10.22225/wicaksana.4.2.2675.7-20>