

Strategi Digital Marketing, Packaging, Dan Pengelolaan Pupuk Organik Upaya Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Desa Leuwiseeng Kabupaten Majalengka

Dini Tiara Tajriani¹, Sudibyo Bo², Ahmad Kamaludin³, Abrar Farhan Sudibyo⁴, Tia Aprilia Susnita⁵, Sa'diyah Dwiyani Lestari⁶, Ida Pujiani⁷, Yelsha Dwi Pasca⁸, Rahmatika Siregar⁹, Dicka Handa Puspawan¹⁰

Institut Budi Utomo Nasional Majalengka

*Email Penulis Korespondensi : dinitia94@gmail.com HP. 082138196931

Abstrak

Kegiatan Pengabdian UMKM di Desa Leuwiseeng merupakan upaya untuk meningkatkan kemandirian masyarakat khususnya UMKM yang ada di Desa Leuwiseeng Kabupaten Majalengka. Permasalahan yang dihadapi UMKM yang ada di desa Leuwiseeng yaitu dari segi pemasaran karena keterbatasan skill dan kemampuan literasi digital marketing, yang kedua adalah dalam hal pelabelan produk karena minimnya pemahaman dan pengetahuan tentang kemasan dan pelabelan produk, yang ketiga adalah tentang pengelolaan pupuk organik dikarenakan minimnya pengetahuan tentang pemanfaatan pengelolaan pupuk. Pelaksanaan Pengabdian ini menggunakan metode Deskriptif analisis dan pelatihan yaitu dengan mendeskripsikan latar belakang permasalahan, kebutuhan dan potensi serta peluang sumber daya manusia. Dengan demikian solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi UMKM desa Leuwiseeng untuk meningkatkan kemandirian desa yaitu dengan melakukan Workshop Sosialisasi dan Pelatihan Strategi Digital Marketing, Packaging dan juga Pengelolaan Pupuk Organik. Adapun Tahapan-tahapannya yaitu mengobservasi permasalahan keadaan dan kemampuan pemilik dan pegawai selanjutnya Menyusun sesuai dengan permasalahan berdasarkan dengan bidang peralatan, manajemen dan hard skill SDM. Selanjutnya pengumpulan data-data yang menjadi pendukung dan penunjang dalam peningkatan soft skill dan hard skill serta kemampuan dalam bidang pemanfaatan perkembangan kecanggihan teknologi dan perubahan metode penjualan berbasis digital atau online ,packaging dan pengelolaan pembuatan pupuk organik. Adapun kegiatan diawali dengan tahap persiapan, kemudian tahap pelaksanaan, dan terakhir tahap pelaporan yang telah selesai dalam jangka waktu 2 bulan. Adapun hasil dan luaran yang dicapai setelah mengikuti Workshop Sosialisasi dan Pelatihan Strategi Digital Marketing, Packaging dan juga Pengelolaan Pupuk Organik meliputi pertama UMKM dapat menggunakan sarana internet dan teknologi informasi untuk memperluas pasar usahanya seperti memasarkan produk mitra di Facebook maupun Instagram. Kedua UMKM dapat memahami dan terampil dalam pembuatan kemasan dan label produk mitra serta memahami mengenai penetapan harga kemasan produk mitra. Ketiga UMKM dapat memahami dan terampil dalam membuat pupuk organik yang ramah lingkungan serta dapat meningkatkan kualitas produksi kesehatan pangan dan kelestarian sumber daya pertanian

Kata kunci: *Digital Marketing, Packaging, Pengelolaan Pupuk*

Abstract

The Community Service Program for MSMEs in Leuwiseeng Village is an effort to increase community independence, particularly for MSMEs in Leuwiseeng Village, Majalengka Regency.

The challenges faced by MSMEs in Leuwiseeng Village include marketing due to limited digital marketing skills and literacy; product labeling due to a lack of understanding and knowledge of product packaging and labeling; and organic fertilizer management due to a lack of knowledge about fertilizer utilization and management. This Community Service Program utilizes descriptive analysis and training methods, describing the background of the problem, needs, potential, and opportunities for human resources. Therefore, the solution offered to address the challenges faced by MSMEs in Leuwiseeng Village and increasing village independence is a workshop on socialization and training in digital marketing strategies, packaging, and organic fertilizer management. The stages involved observing the situation and capabilities of owners and employees; then developing a plan based on the equipment, management, and human resource skills. Data collection supports and enhances soft and hard skills, as well as competencies in utilizing technological advancements and changes in digital or online sales methods, packaging, and organic fertilizer production management. The activities began with a preparation phase, followed by implementation, and finally, a reporting phase, which was completed within two months. The results and outputs achieved after participating in the Digital Marketing Strategy, Packaging, and Organic Fertilizer Management Socialization and Training Workshop include: First, MSMEs can utilize the internet and information technology to expand their business market, such as by marketing partner products on Facebook and Instagram. Second, MSMEs can understand and develop skills in creating partner product packaging and labels, as well as pricing partner product packaging. Third, MSMEs can understand and develop skills in producing environmentally friendly organic fertilizer, improving the quality of food production, food health, and agricultural resource sustainability.

Keyword: Digital Marketing, Packaging, Fertilizer Management

DOI: <https://doi.org/https://doi.org/10.52188/psnpm.v5i1.1603>

©2025 Authors by Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon



PENDAHULUAN

Pemberdayaan UMKM adalah strategi yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi lokal, terutama dalam menciptakan kemandirian ekonomi masyarakat. Pemberdayaan UMKM bertujuan untuk meningkatkan akses pelaku usaha terhadap sumber daya, pengetahuan, dan peluang yang memungkinkan mereka mengembangkan kapasitas usaha, meningkatkan daya saing, serta memperkuat peran dalam perekonomian lokal. UMKM tidak hanya berperan sebagai objek penerima bantuan, tetapi juga sebagai subjek yang mampu merancang solusi terhadap berbagai tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Pemberdayaan UMKM tidak hanya sekadar memberikan bantuan peningkatan pendapatan atau pelatihan teknis, tetapi juga menciptakan ekosistem usaha yang mendukung inovasi, kolaborasi, serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Rantissi, 2024).

Salah satu pendekatan dalam pemberdayaan UMKM adalah dengan meningkatkan keterampilan dan memanfaatkan potensi lokal. Pengembangan keterampilan memungkinkan pelaku UMKM untuk menghasilkan produk yang berkualitas di mana sesuai dengan permintaan pasar. Selain itu, pemanfaatan potensi lokal seperti sumber daya alam, budaya, dan tradisi dapat memperkuat identitas serta daya saing produk. Melalui strategi ini, UMKM dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mengurangi ketergantungan pada bantuan eksternal. Lebih dari itu, pendekatan ini juga mendorong terciptanya ekosistem bisnis yang berkelanjutan, di mana para pelaku usaha tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang dengan inovasi dan daya saing yang lebih kuat. (Wawuru & Aryaningtyas, 2024).

Perkembangan teknologi digital dapat memungkinkan para pelaku usaha ataupun pihak yang akan memenuhi usaha untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan pemasaran akan produk yang ditawarkan secara online, serta melakukan transaksi melalui suatu sistem secara online juga. adapun perkembangan teknologi digital dapat mengubah pemasaran

yang semula bersifat konvensional menjadi secara digital dengan memanfaatkan penggunaan media sosial dan penggunaan website untuk memasarkan produk, pemanfaatan media online menjadi suatu alternatif yang tepat dalam bagi para pelaku usaha, usaha perseorangan ataupun usaha yang baru hendak dirintis dan berkembang dalam meningkatkan usahanya, dengan mudahnya akses penggunaan internet saat ini maka akan besar manfaatnya serta murah biaya yang dibutuhkan menjadi alasan terbaik bagi para pelaku usaha untuk memilih media online sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnis ataupun usahanya (Purwana, Dkk 2017).

Oleh sebab itu merupakan strategi yang wajib yang diterapkan setiap bisnis yang ingin tetap bertahan di tengah perubahan lingkungan bisnis yang dinamis serta perkembangan teknologi digital saat ini, oleh karena itu pengembangan strategi digital marketing sangat dibutuhkan dikarenakan memiliki kelebihan, di mana diantaranya mampu menjangkau target pasar dengan lebih akurat, efisien dari biaya (cost) dan mampu mengevaluasi kinerja secara tepat. (Natania dan dwijayanti, 2024)

Suatu produk yang akan dipasarkan memiliki daya tarik salah satunya berdasarkan kemasan, apabila produk yang dihasilkan memiliki inovasi atau memiliki keunikan namun tidak dikemas secara menarik, konsumen akan segan untuk membeli produk tersebut, namun sebaliknya jika produk dikemas secara menarik, maka daya tarik pertama dilihat terlebih dahulu melalui kemasannya. Bahkan hal tersebut sangat mempengaruhi keputusan pembelian, yang semula tidak memiliki niat untuk membeli, namun hanya melihat kemasan yang menarik sehingga konsumen memutuskan untuk membeli (Masayu, 2018).

Dengan demikian kemasan merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha, selain kemasan aspek penting lainnya yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha yaitu label produk yang merupakan informasi produk meliputi merek, tanggal pembuatan dan tanggal kadaluarsa, komposisi produk, alamat, dan nomor telepon pelaku usaha, identitas media social, nomor izin, maupun cara pemakaiannya.

Penggunaan pupuk yang ramah lingkungan juga perlu dilakukan karena akan berdampak pada kesehatan pangan, dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang lebih memilih mutu. Untuk itu diperlukan solusi dalam rangka peningkatan produksi dan kualitas produk. Hal ini ditujukan agar para petani Desa leuwiseeng dapat meningkatkan hasil dari lahan pertanian serta terjamin keberadaannya. Karena lahan pertanian mempunyai multifungsi, selain sebagai penghasil produk bahan pangan juga penyimpang kelestarian lingkungan. Dengan memanfaatkan kotoran dari peternakan. Petani dapat membuat pupuk yang ramah lingkungan untuk meningkatkan produksi dan kualitas pertaniannya (Adriana dan Kurniasih, 2021).

berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada tahap prasurvei oleh tim kepada UMKM yang ada di Desa leuwiseeng Majalengka pada hari selasa tanggal 10 oktober 2024 bertempat UMKM Desa Leuwiseeng, terdapat beberapa permasalahan dihadapi oleh UMKM yaitu yang pertama adalah dari pemasaran karena keterbatasan skill dan kemampuan literasi digital yang kedua adalah dalam hal pelabelan produk karena minimnya pemahaman dan pengetahuan tentang kemasan dan pelabelan produk, yang ketiga adalah pengelolaan pupuk organik dikarenakan minimnya pengetahuan tentang pemanfaatan pengelolaan pupuk.

Dengan adanya permasalahan diatas maka pentingnya diadakan workshop Sosialisasi dan Penerapan Strategi Digital Marketing, Packaging dan Pengelolaan Pupuk Organik untuk meningkatkan penjualan produk UMKM yang berada di Desa Leuwiseeng kabupaten Majalengka.

METODE

Pihak yang terlibat dalam kegiatan pelaksanaan pengabdian ini adalah Tim dari Institut Budi Utomo Nasional, Mahasiswa, Para Praktisi atau para ahli mitra dan peserta yang ikut berpartisipasi dalam program ini.

Pelaksanaan program ini menggunakan metode Deskriptif analisis dan pelatihan yaitu dengan mendeskripsikan latar belakang permasalahan, kebutuhan dan potensi serta peluang sumber daya manusia atau usaha mikro UMKM desa Leuwiseeng Kecamatan Kadipaten Kabupaten Majalengka. Hasil analisis tersebut selanjutnya melahirkan program-program untuk menjawab tantangan dan kebutuhan UMKM di Desa Leuwiseeng seperti diadakannya Workshop dan pelatihan. Adapun Tahapan-tahapannya yaitu:

1. Tahap Persiapan

Tahap ini diawali dengan analisis situasi melalui observasi lapangan dan wawancara bersama pengelola UMKM di Desa leuwiseeng. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan utama, seperti dari segi pemasaran karena keterbatasan skill dan kemampuan literasi digital marketing, dalam hal pelabelan produk karena minimnya pemahaman dan pengetahuan tentang kemasan dan pelabelan produk, pengelolaan pupuk organik dikarenakan minimnya pengetahuan tentang pemanfaatan pengelolaan pupuk.

2. Tahap Pelaksanaan Worksop

Pelaksanaan pendampingan dilakukan dalam bentuk workshop, pelatihan, dan praktik langsung yang berfokus pada tiga aspek utama:

- a) Workshop packaging, dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan tentang Packaging atau pelabelan . workshop packaging dilakukan untuk untuk menjelaskan kepada mitra dan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan bahwa pentingnya packaging yang tidak hanya bagus tetapi juga bermanfaat secara fungsional.
- b) Workshop Digital Marketing, untuk meningkatkan pengetahuan angka penjualan ,awarenes produk dan memperluas pasar,digital marketing juga memiliki beberapa tujuan lain termasuk diantaranya meningkatkan kualitas relasi serta komunikasi pemilik usaha dengan konsumen atau calon konsumen. Diakui atau tidak hal tersebut juga sangat penting karena yang diinginkan dalam suatu penjualan tidak hanya produk laku sesaat tetapi bisa senantiasa memiliki pelanggan dan memicu penjualan jangka Panjang. Paling penting digital marketing adalah Upaya yang dilakukan pemilik usaha untuk bisa survive di era globalisasi.
- c) Workshop Pupuk Organik, untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pertanian berkelanjutan dan ramah lingkungan telah mendorong penggunaan dan pengembangan pupuk organik. Sementara itu, pupuk organik dapat diproduksi melalui proses pengomposan, fermentasi, atau dekomposisi bahan organik. Salah satu jenis pupuk organik adalah Pupuk kandang yaitu pupuk organik yang berasal dari kotoran hewan, seperti sapi, ayam, kambing, dan babi. Pupuk ini mengandung nutrisi penting seperti nitrogen, fosfor, dan kalium yang dibutuhkan oleh tanaman. Pupuk kandang dapat digunakan langsung atau diubah menjadi pupuk kompos sebelum diterapkan ke tanah. Penggunaan pupuk organik secara teratur dan tepat dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi produktivitas pertanian, keberlanjutan lingkungan, dan kesehatan manusia.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilaksanakan setelah workshop yaitu dengan mengevaluasi sampai Dimana UMKM bisa memecahkan permasalahannya yaitu dibagian packaging,digital marketing dan pengelolaan pupuk organik. Selain itu, dilakukan evaluasi partisipatif dengan melibatkan salah satu UMKM dalam memberikan umpan balik terhadap program. Evaluasi partisipatif dinilai mampu meningkatkan keberlanjutan program karena menumbuhkan kesadaran kritis dan rasa memiliki dari masyarakat.

4. Tahap Tindak Lanjut

Setelah program pendampingan selesai, dilakukan tindak lanjut berupa pendampingan jarak jauh melalui komunikasi digital dan kunjungan berkala. Tahap ini penting untuk menjaga konsistensi praktik yang sudah diperoleh serta mendorong kemandirian UMKM dalam mengelola usaha berbasis teknologi informasi.

Lokasi dan Peserta Kegiatan

Lokasi kegiatan PKM berada di Desa leuwiseeng Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat. Adapun peserta dalam kegiatan pengabdian yaitu pelaku UMKM Desa leuwiseeng berjumlah 60 UMKM dan Buruh Pertanian Desa Leuwiseeng berjumlah 30 Buruh Tani.

HASIL

Program pembinaan UMKM telah dilaksanakan oleh tim pada hari Minggu tanggal 24 November 2024 di institut Budi Utomo nasional tepatnya di awistel (Aula Wisata Hati) Instbunas. Pada kegiatan tersebut terdapat 60 peserta UMKM dengan 2 sesi yaitu pada jam 08.00 sampai jam 12.00 tentang Workstop packaging dan dari jam 13.00 siang sampai jam 15.00 yaitu tentang Workshop digital marketing, serta Workstop Pengelolaan Pupuk dengan peserta 30 Buruh Tani dilaksanakan pada hari Minggu 1 Desember 2024 yaitu di mulai jam 08.00-12.00. Terdapat beberapa tahapan dalam pelaksanaan Pengabdian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan, yaitu dengan menganalisis permasalahan yang ada di UMKM Desa Leuwiseeng. Tim melakukan Prasurvey dengan mewawancarai beberapa pelaku usaha UMKM terdapat beberapa permasalahan dihadapi oleh UMKM yaitu yang pertama adalah dari pemasaran karena keterbatasan skill dan kemampuan literasi digital yang kedua adalah dalam hal pelabelan produk karena minimnya pemahaman dan pengetahuan tentang kemasan dan pelabelan produk, yang ketiga adalah pengelolaan pupuk organik dikarenakan minimnya pengetahuan tentang pemanfaatan pengelolaan pupuk.



Gambar 1 : Wawancara Salah satu UMKM di Desa Leuwiseeng

2. Tahap Pelaksanaan Workstop

Pelaksanaan pendampingan dilakukan dalam bentuk workshop, pelatihan, dan praktik langsung yang berfokus pada tiga aspek utama:

a) Workshop packaging

Kegiatan Workshop packaging dalam rangka implementasi program pembinaan UMKM berbasis kemitraan dilaksanakan selama 1 hari yaitu pada hari minggu tanggal 24 November 2024 Pukul 07.00 wib bertempat di awistel dengan tema Kreativitas dan modernisasi packaging produk UMKM yang di hadiri oleh mitra (SHL) dan UMKM sekabupaten majalengka dengan jumlah peserta yang hadir sebanyak 30 peserta . Dengan Narasumber dari Dinas ketenagakerjaan, koperasi dan UKM kabupaten majalengka yang wakili oleh Kepala Bidang Ukm Bapak Moch.Ahmad Syamsu,SE yang membahas bahwa bagaimana pentingnya modernisasi & kreativitas daalam membuat kemasan produk umkm .Kemasan adalah salah satusenjata dalaam persaingan dunia bisnis saat ini melalui kemasan konsumen mampu memberikan peniilaian terhadap karakter dan citra produk,melalui kemasan produsen mamapu menyampaikan nilai,isi dan manfaat sebuah produk .Kemasan juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.selain itu, pentingnya sebuah kemasan sangat mempengaruhi daalam penjualan produk . Karena tujuan dari packaging atau kemasan itu untuk menarik daya beli dari konsumen dan sebagai branding dari produk UMKM tersebut.Untuk menindak lanjuti dari workshop tersebut tim pengusul melakukan evaluasi kepada mitra.diharapkan dengan terselenggaranya kegiatan ini dapat memberikan manfaat pada semua pihak yang terlibat



Gambar 1 : Pamflet kegiatan Workshop Packaging

b) Workshop Digital Marketing

Digital marketing merupakan salah satu implemetasi dari program pembinaan UMKM berbasis kemitraan dengan itu tim pengusul dari Institut Budi Utomo nasional menyelenggarakan kegiatan workshopDigital Marketing ini. pelaksanaan kegiatan workshop dilaksanakan pada hari Minggu , jam 14.00 wib,tanggal 24 November 2024 dengan tema Peningkatan produk UMKM melaui Pelatihan Digital Marketing yang di hadiri oleh mitra (SHL) dan UMKM sekabupaten majalengka dengan jumlah peserta yang hadir sebanyak 30 peserta . Dengan Narasumber Bapak Ali Nurdin SM sebagai Direktur dari CV. Alali Digitalinia dengan paparan tentang super marketing dengan memanfaatkan AI, beliau menyatakan dengan adanya AI saat ini mengharuskan kita sebagai seorang pengusaha untuk selalu memperbarui ilmu kita, janga takut dengan hal baru,mulai ketahui ,pelajari dan memanfaatkan,bayangkan jika saat ini anda tidak mempelajari whatsapp. Untuk menindak lanjuti dari workshop tersebut tim pengusul melakukan evaluasi kepada mitra.Manfaat

Workshop ini semoga bisa menambah pengetahuan mitra dan peserta yang terlibat tentang pentingnya digital marketing.



Gambar 2 :Pamflet workshop Digital Marketing

c) Workshop Pupuk Organik

Untuk implementasi selanjutnya dari Program Pembinaan UMKM berbasis Kemitraan Tim Pengusiul dari Institut Budi Utomo Nasional mengadakan workshop tentang pengelolaan pupuk organik Pelaksanaan kegiatan Workshop pembuatan pupuk organik pada hari minggu tanggal 1 Desember 2024 dengan tema Peningkatan sumber daya agraris melalui penyuluhan dan pelatihan pembuatan pupuk organik dengan narasumbernya dari Dinas Ketahanan Pangan Pertanian dan Perikanan yaitu Bapak Yanto Purnama,SP dan Ibu Rena Rismawati,S.ST. sebagai penyuluh pertanian. Dihadiri oleh 30 peserta dari para petani yang ada di kabupaten majalengka. Di harapkan dengan adanya workshop ini dapat bermanfaat bagi mitra dan peserta.



Gambar 3 : Kegiatan Workshop pembuatan pupuk organik

Adapun susunan acara kegiatan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**RUNDOWN ACARA
WORKSHOP PACKAGING**

Minggu, 24 November 2024

No	Waktu	Nama Kegiatan	Pembicara	Ket
1.	07.00 – 07.30 WIB	Registrasi Peserta	Panitia	All
2.	07.30 – 08.00 WIB	Persiapan	Panitia	All
3.	08.00 – 08.10 WIB	Pembukaan	MC	All
4.	08.10 – 08.20 WIB	Pembacaan Ayat Suci Al-Qur'an	Panitia	All
5.	08.20 – 08.30 WIB	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	Panitia	All
6.	08.30 – 08.40 WIB	Laporan Ketua Pelaksana	Dini Tiara Tajriani, S.E.Sy., M.Ak.	All
7.	08.40 – 08.50 WIB	Sambutan	Rektor Institut Budi Utomo Nasional : Dr. H. Sudibyo BO, S.Sos., SE., MM.	All
8.	08.50 – 09.00 WIB	Do'a	Panitia	All
9.	09.00 – 10.30 WIB	Penyampaian Materi Workshop Pacakaging : <i>"Kreatifitas dan Modernisasi Packaging Produk UMKM"</i>	Dinas Ketenagakerjaan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Majalengka	All
10.	10.30 – 11.00 WIB	QnA	Peserta	All
11.	11.00 – 11.10 WIB	Penutup	MC	All
12.	11.10 – 12.00 WIB	Ramah Tamah	All	All

**RUNDOWN ACARA
WORKSHOP DIGITAL MARKETING**

Minggu, 24 November 2024

No	Waktu	Nama Kegiatan	Pembicara	Ket
1.	13.00 – 13.30 WIB	Registrasi Peserta	Panitia	All
2.	13.30 – 13.35 WIB	Pembukaan	MC	All
3.	13.35 – 13.40 WIB	Pembacaan Ayat Suci Al-Qur'an	Panitia	All
4.	13.40 – 13.45 WIB	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	Panitia	All
5.	13.45 – 13.50 WIB	Laporan Ketua Pelaksana	Dini Tiara Tajriani, S.E.Sy., M.Ak.	All
6.	13.50 – 13.55 WIB	Sambutan	Rektor Institut Budi Utomo Nasional : Dr. H. Sudibyo BO, S.Sos., SE., MM.	All
7.	13.55 – 14.00 WIB	Do'a	Panitia	All
8.	14.00 – 15.30 WIB	Penyampaian Materi Workshop Digital Marketing : <i>"Peningkatan Produk UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing"</i>	Direktur CV ALALI DIGITALINIA : Ali Nurdin, S.M.	
9.	15.30 – 16.00 WIB	QnA		
10.	16.00 – 16.05 WIB	Penutup	MC	All
11.	16.05 – 16.30 WIB	Ramah Tamah	Peserta	All

**RUNDOWN ACARA
WORKSHOP PENGELOLAAN PUPUK ORGANIK**

Minggu, 01 Desember 2024

No	Waktu	Nama Kegiatan	Pembicara	Ket
1.	08.00 – 08.30 WIB	Registrasi Peserta	Panitia	All
2.	08.30 – 09.00 WIB	Persiapan	Panitia	All
3.	09.00 – 09.10 WIB	Pembukaan	MC	All
4.	09.10 – 09.20 WIB	Pembacaan Ayat Suci Al-Qur'an	Panitia	All
5.	09.20 – 09.30 WIB	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	Panitia	All
6.	09.30 – 09.40 WIB	Sambutan	Rektor Institut Budi Utomo Nasional : Dr. H. Sudibyo BO, S.Sos., SE., MM.	All
7.	09.40 – 11.10 WIB	Penyampaian Workshop Pengelolaan Pupuk Organik : <i>"Peningkatan Sumber Daya Agraris Melalui Penyuluhan dan Pelatihan Pembuatan Pupuk Organik"</i>	Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan Kabupaten Majalengka	All
8.	11.10 – 11.40 WIB	QnA	Peserta	All
9.	11.40 – 11.50 WIB	Do'a	Panitia	All
10.	11.50 – 12.00 WIB	Penutup	MC	All
11.	12.00 – 13.00 WIB	Ramah Tamah / Makan Siang	Peserta	All

Peserta Sangat antusias mengikuti kegiatan workshop dan pelatihan dari awal hingga akhir acara materi yang disampaikan tentang kemasan dan pelabelan dalam memasarkan produk, dikarenakan terbatasnya contoh maupun desain-desain kemasan agar terlihat menarik serta biaya dari kemasan itu sendiri yang lumayan mahal. Serta pemanfaatan untuk pengelolaan pupuk organik agar ramah lingkungan dari bekas sayur-sayuran ataupun dari kotoran bahan ternak.



Gambar 4 : Peserta Workshop



Gambar 5: Registrasi Peserta



Gambar 6 : Dirijen Indonesia Raya



Gambar 7 : Rektor,warek 1 dan Narasumber



Gambar 8 : MC dan Qori Alquran



Gambar 9 : Sambutan Perwakilan Ketua Panitia



Gambar 10 : Sambutan Rektor Instbunas



Gambar 11 : Peserta Workshp

Pelatihan berlangsung menarik karena banyak interaksi dua arah antara pemateri dengan peserta yang mana didampingi oleh moderator, selain itu tiap peserta diberikan pendampingan dan pengarahan secara khusus agar materi yang diberikan dapat dipahami dan dipraktikkan dengan baik. Selain itu agar pendampingan berjalan maksimal tim pengusul juga mengikutsertakan 4 mahasiswa untuk berpartisipasi dalam program pembinaan UMKM.

Penyampaian materi mengenai Packaging dengan Tema Kreativitas dan Modernisasi Packeging Produk UMKM, yang mana Materi disampaikan oleh Bapak Moch. Ahmad Syamsu, SE yaitu sebagai kepala bidang UKM dinas Ketenagakerjaan, Koperasi dan UKM Kabupaten Majalengka, didampingi oleh moderator yaitu bapak Dr. H. Ahmad Kamaludin, Drs,MM sebagai Warek I Instbunas. Inti dari materi yang disampaikan adalah untuk memenangi pasar modern dibutuhkan kemasan dan label yang kreatif, karena kemasan dan label merupakan salah satu senjata dalam dunia bisnis saat ini dan mempengaruhi dalam keputusan pembelian konsumen.



Gambar 13



Gambar 14



Gambar 15



Gambar 16



Gambar 17

Gambar 13-17 : Dokumentasi Workshop Packeging Bersama Narasumber Kepala Bidang UKM Dinas Ketenagakerjaan

Penyampaian materi mengenai Digital Marketing dengan Tema Peningkatan Produk UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing, yang mana Materi disampaikan oleh Bapak Ali Nurdin selaku Direktur CV Alali Digitalilania, didampingi oleh moderator yaitu bapak Abrar Farhan Sudibyo, S.Kel, SM, MM sebagai Warek 2 Instbunas. Inti dari materi yang disampaikan adalah Pentingnya Pemanfaatan AL atau Kecerdasan Buatan untuk memudahkan Strategi digital Pemasaran, dan membuat konten untuk strategi social media.



Gambar 18



Gambar 19



Gambar 20



Gambar 21



Gambar 22

Gambar 18-22 : Dokumentasi Workshop Digital Marketing Bersama Narasumber Direktur CV Alali Digitalilania

Penyampaian materi mengenai Pengelolaan Pupuk dengan Tema Peningkatan Sumberdaya Agraris melalui Penyuluhan dan Pelatihan pembuatan Pupuk Organik, yang mana Materi disampaikan oleh Bapak Yanto Purnama, SP selaku Penyuluh Pertanian Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan Kabupaten Majalengka, didampingi oleh moderator yaitu bapak Abrar Farhan Sudibyo, S.Kel, SM, MM sebagai Warek 2 Instbunas. Inti dari materi yang disampaikan adalah pembuatan eco enzyme yaitu cairan alami serba guna yang merupakan fermentasi dari gula, sisa buah dan sayuran, kotoran peternakan yang mana nantinya akan diolah menjadi pupuk organik yang ramah lingkungan.



Gambar 23 : Pemaparan Narasumber Oleh Pertanian Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan Kabupaten Majalengka



Gambar 24 : Peserta Workshop pengelolaan Pupuk Organik

Respon dari peserta sangat aktif dan terbuka ditunjukkan dengan interaksi dua arah dari beberapa pertanyaan yang disampaikan oleh peserta kepada pemateri terkait kendala-kendala yang selama ini dirasakan oleh UMKM terlebih lagi mengenai kemasan produk dan pemasaran produk. Dengan demikian materi yang telah diberikan dapat bermanfaat bagi UMKM.



Gambar 25



Gambar 26



Gambar 27



Gambar 28



Gambar 29



Gambar 30

Gambar 25-30 : Q n A dari Peserta Workshop dan Pemberian Piagam dan Sertifikat kepada Narasumber

Setelah program pembinaan UMKM selesai dilaksanakan, adapun keberhasilan program sebelum dan sesudah kegiatan diukur melalui tanya jawab sebelum materi disampaikan dan evaluasi serta latihan pada saat materi sudah disampaikan, adapun hasil yang telah tercapai dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

Tabel 1 :

Keberhasilan Program Pembinaan UMKM Desa Leuwiseeng

Kegiatan	Indikator	Luaran
Workshop Strategi Digital Marketing Tema : Peningkatan Produk UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing	Pemahaman mitra dalam menggunakan sarana internet dan teknologi informasi untuk memperluas pasar usahanya seperti memasarkan produk mitra di shl di Facebook maupun di Instagram	UMKM dapat menggunakan sarana internet dan teknologi informasi untuk memperluas pasar usahanya seperti memasarkan produk mitra di Facebook maupun di Instagram
Workshop mengenai Packaging dengan Tema : Kreatifitas dan Modernisasi Packeging Produk UMKM	Pemahaman UMKM mengenai urgensi kemasan produk dan pelabelan produk mitra serta pemahaman mengenai	UMKM dapat memahami dan terampil dalam pembuatan kemasan dan label produk mitra serta

	harga kemasan produk mitra	memahami mengenai penetapan harga kemasan produk mitra
Workshop mengenai Pengelolaan Pupuk dengan Tema :Peningkatan Sumber daya Agraris Melalui Penyuluhan dan Pelatihan Pembuatan Pupuk Organik	pemahaman dan keterampilan dalam membuat pupuk organik yang ramah lingkungan untuk meningkatkan kualitas produksi pangan dan kesehatan sumber daya lahan pertanian	UMKM dapat memahami dan terampil dalam membuat pupuk organik yang ramah lingkungan serta dapat meningkatkan kualitas produksi pangan dan kesehatan sumber daya pertanian

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilaksanakan setelah workshop yaitu dengan mengevaluasi sampai Dimana UMKM bisa memecahkan permasalahannya yaitu dibagian packaging,digital marketing dan pengelolaan pupuk organik.

Dari hasil workshop dan pelatihan packaging contoh salah satu UMKM sudah bisa membuat label usahnya yaitu dari UMKM SHL yaitu UMKM yang menjual makanan masak dan minuman.



Gambar 31 : Label SHL

Dari hasil program kegiatan workshop Digital marketing salah satu UMKM sudah mencoba untuk membuat akun di medsos salah satunya di ig



Gambar 32 : Sosmed SHL sebagai Media Promosi Digital

Hasil dari workshop pupuk organik Salah satu Pertanian Jeruk Limau di Desa Leuwiseeng di bantu sama ahli pembuatan pupuk organik sudah bisa membuat pupuk organiknya sendiri berikut kegiatan pembuatan pupuk organiknya:



Gambar 33



Gambar 34



Gambar 35



Gambar 36



Gambar 37



Gambar 38

Gambar 33-38 : Membuat Pupuk Organik Hasil Evaluasi dari Workshop Pengelolaan Pupuk Organik

4. Tahap Tindak Lanjut

Setelah program pendampingan selesai, dilakukan tindak lanjut berupa pendampingan jarak jauh melalui komunikasi digital dan kunjungan berkala. Tahap ini penting untuk menjaga konsistensi praktik yang sudah diperoleh serta mendorong kemandirian UMKM dalam mengelola usaha berbasis teknologi informasi. Dengan diadakannya workshop dan pelatihan dari praktisi atau para ahli yang diundang di kegiatan workshop dan adanya evaluasi dari workshop tersebut, sehingga UMKM sudah bisa menghasilkan label usahanya sendiri. serta adanya evaluasi dari workshop tersebut, sehingga mitra sudah mulai mencoba membuat akun media sosialnya untuk menunjang pemasaran produknya. Dan juga mitra menjadi paham bagaimana memanfaatkan kotoran hewan yang di olah menjadi pupuk, tahu bagaimana cara membuat pupuk organik dari kotoran hewan, bahan-bahan apa saja yang di perlukan dan bagaimana cara mengelolanya.



Gambar 39 : Pemberian Alat- Alat Usaha kepada Salah satu UMKM

PEMBAHASAN

Manfaat dari Kegiatan PKM ini terdiri dari peningkatan integrasi dan *networking* manajemen usaha melalui inovasi manajerial dan inovasi produk, secara tangible, UMKM di Desa Leuwiseeng mempunyai bekal dan kemampuan usaha yang meningkat yang terdiri dari tertatanya integrasi dan *networking* manajemen usaha yaitu mampu menerapkan ilmu *SWOT Analisis*, menjalankan usaha dengan POAC, penerapan ilmu *Marketing Mix* (4P), mampu melaksanakan inovasi pemasaran dan penjualan melalui *Digital Marketing*, mempunyai kemampuan penentuan *targeting* usaha, serta pengelolaan keuangan. Meningkatkan kemasan produk, Meningkatnya inovasi pemasaran terbaru dan kuantitas produksi dan kualitas produk sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI). Adanya peningkatan penjualan dan profit yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha. Mampu melakukan kerjasama baik skala lokal, daerah dan nasional. Adanya perluasan usaha, peningkatan jumlah pegawai, pendapatan dan mampu meningkatkan kesejahteraan UMKM serta mendorong kemandirian masyarakat di Desa Leuwiseeng.

Hasil ini sesuai dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Asmawati et al., (2023) yang di Desa Buana Jaya Kecamatan Tenggara Seberang dengan kegiatan sosialisasi dan pendampingan UMKM dengan memanfaatkan digital Marketing melalui media sosial pentingnya untuk dapat mengikuti perkembangan agar tidak mengalami ketertinggalan serta memberikan edukasi apa saja yang perlu diperhatikan agar dapat memaksimalkan sosial media Instagram seperti bagaimana membuat konten secara sederhana, bagaimana membuat strategi konten, bagaimana mengatur jadwal upload konten, dan bagaimana menjalin komunikasi dengan konsumen, serta menjelaskan dan mencontohkan bagaimana mengelola sosial media sehingga pelaku UMKM dapat memperluas pasar secara nasional maupun internasional, meningkatkan penjualan dan pendapatan, menghemat biaya promosi dibanding pemasaran tradisional, membangun brand awareness dan citra bisnis yang profesional, serta berinteraksi langsung dengan pelanggan untuk mendapatkan umpan balik.

Secara *intangible*, mampu meningkatkan motivasi peningkatan usaha ke skala usaha menengah atau besar, mampu memberikan kontribusi yang besar bidang ekonomi Desa Leuwiseeng yaitu bertambahnya usaha/wirausaha kreatif dan membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat desa dan masyarakat di desa leuwiseeng Kabupaten Majalengka.

Manfaat dari 3 kegiatan PKM ini adalah tim pengusul yaitu dari Institut Budi Utomo Nasional, Mitra , Mahasiswa dan peserta workshop dapat menambah pengetahuan tentang pentingnya packaging tidak hanya bagus tetapi juga bermanfaat secara fungsional, pentingnya digital marketing dan pembuatan pupuk organik.

Kontribusi Produksi Pengelolaan Pupuk Organik terhadap sektor lainnya yaitu pada sektor pertanian dan perkebunan yang mana pupuk organik bermanfaat bagi peningkatan produksi pertanian dan perkebunan baik kualitas maupun kuantitas, mengurangi pencemaran lingkungan, dan meningkatkan kualitas lahan secara berkelanjutan, selain itu penggunaan pupuk organik dalam jangka panjang dapat meningkatkan produktivitas lahan dan dapat mencegah degradasi lahan (Darmayanti, et al, 2024).

Packeging dan Digital Marketing juga memiliki kontribusi pada sektor industri dalam memasarkan berbagai produk UMKM sehingga memiliki daya tarik kreativitas sebagai produk yang inovatif. Karena para pebisnis dituntut untuk terus mengembangkan kreativitas dan berinovasi antara lain untuk meningkatkan efisiensi produk, sebagai pembeda atau ciri khas bisnis, menarik lebih banyak konsumen, dan menciptakan pasar baru di tengah masyarakat (Utami et al, 2024).

Dampak pencapaian bagi dosen, mahasiswa dan perguruan tinggi yang pertama adalah IKU 3 yaitu dosen mempunyai kegiatan diluar kampus akan mendapatkan pengalaman dalam kontribusi transfer knowledge ilmu manajemen, kewirausahaan kepada mitra dan Masyarakat (Pengabdian Kepada Masyarakat)

Kedua, dampak pencapaian IKU 5 yaitu hasil kerja dosen digunakan oleh Masyarakat sebagai peningkatan kualitas dosen dalam bentuk pelaksanaan tri darma perguruan tinggi diluar kampus dalam bentuk partisipasi sebagai praktisi di dunia industry. Dapat juga, dijadikan sarana penelitian dan pengabdian kepada Masyarakat yang bisa digunakan oleh Masyarakat.

Ketiga, dampak pencapaian peningkatan kualitas lulusan IKU 1 dan 2 yaitu keterlibatan mahasiswa diluar kampus yang secara tidak langsung berdampak pada pengetahuan dan pengalaman bidang kewirausahaan /usaha kerajinan kreatif dan mempunyai bekal dalam kesiapan di dunia kerja.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang dilaksanakan oleh tim pengusul disimpulkan bahwa yang pertama pelaksanaan workshop strategi digital marketing dengan tema peningkatan produk UMKM melalui pelatihan digital marketing telah memenuhi luaran yang ditargetkan yaitu Pelaku UMKM dapat menggunakan sarana internet dan teknologi informasi untuk memperluas pasar usahanya seperti memasarkan produk mitra di Facebook maupun di Instagram.

Yang kedua pelaksanaan workshop mengenai packaging dengan tema kreativitas dan modernisasi packaging produk UMKM juga telah memenuhi luaran yang ditargetkan yaitu pelaku UMKM dapat memahami dan terampil dalam pembuatan kemasan dan label produk UMKM serta memahami mengenai penetapan harga kemasan produk mitra.

Yang ketiga pelaksanaan workshop mengenai pengelolaan pupuk dengan tema peningkatan sumber daya agraris melalui penyuluhan dan pelatihan pembuatan pupuk organik juga telah memenuhi luaran program yang ditargetkan yaitu pelaku UMKM dapat memahami dan terampil dalam membuat pupuk organik yang ramah lingkungan serta dapat meningkatkan kualitas produksi kesehatan pangan dan kelestarian sumber daya pertanian.

Maka dari itu dibutuhkan pendampingan secara intensif terkait penggunaan digital marketing, Packeging dan penambahan fasilitas sarana teknologi informasi bagi UMKM untuk memajukan usahanya. Petani harus lebih meningkatkan lagi produksi pupuk organiknya agar tidak bergantung dengan pupuk kimia karena pupuk organik lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan pupuk kimia yang lebih mencemari lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, L., & Kurniasih, A. (2021). Pupuk organik berbasis limbah pertanian untuk pertanian berkelanjutan. *Jurnal Agroekologi*, 10(3), 78-86. Diakses melalui : https://www.researchgate.net/publication/387993427_Inovasi_Pupuk_Organik_untuk_Pertanian_Ramah_Lingkungan
- Asmawati, S.A.J. Firmansyah, & Laily.M., (2023). Edukasi Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Dengan Memanfaatkan Digital Marketing Melalui Sosial Media. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Volume: 4 Nomor: 1 Edisi Januari 2023. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2572>
- Darmayanti, I., Himan, C.A., et al (2024). Penyuluhan Pemanfaatan Pupuk Organik Lokal di Kecamatan Bandar Negeri Suoh Kabupaten Lampung. *Jurnal Pengabdian Fakultas Pertanian Universitas Lampung*. Vol. 03, No. 01, Maret, 2024, pp. 280 – 288. <https://doi.org/10.23960/jpfp.v3i1.9229>
- Masayu, Endang Apriyanti, 2018, Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal Sosio e-kons*, Vol.10 No. 1, April 2018. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Natania, Abigael Tesalonika, Dwijayanti, Renny. 2024. Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi Umkm. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Volume 12 No 1 Tahun 2024. E-ISSN 2723-3901. <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p343-351>
- Purwana, Dedi., Rahmi, dan Aditya, Shandy. 2017. Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, Vol. 1, No. 1. DOI: doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01
- Rantissi, Y. A. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat dengan Literasi dan Pengelolaan Sumber Daya Lokal di Desa Perkebunan Maryke. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Sejahtera*, 3(3), 112–117. <https://doi.org/10.59059/jpmis.v3i3.1664>
- Syukrianti Mukhtar dan Nurif. M, 2015, Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi terhadap Konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora*, Vol. 8 No.2, Nopember 2015. <http://dx.doi.org/10.12962%2Fj24433527.v8i2.1251>
- Utami, K.S., Putra, B. et al (2023). Pemberdayaan Pelaku Umkm Melalui Pelatihan Pengemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan. *Reswara : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Volume: 4 Nomor: 1 Edisi Januari 2023. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v4i1.2046>
- Wawuru, J. W., & Aryaningtyas, A. T. (2024). Pemberdayaan Masyarakat melalui Keterampilan Lokal dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata di Kampung Pelangi Semarang. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1125. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.5110>