

PENERAPAN DESAIN PRODUK, DESAIN ALAT-ALAT PROMOSI DIGITAL DAN DESAIN MEDIA PEMASARAN *ONLINE* BAGI UMKM PETERNAKAN KAMBING DI KECAMATAN GETASAN KABUPATEN SEMARANG

Isnaini Nurkhayati¹, Endang Sulistiyani², Azizah³, Jati Nugroho⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang

Email: isnaini.nurkhayati@polines.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat untuk UMKM peternakan kambing, bertempat di KPM PKH Graduasi Prokus di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu menemukan solusi atas permasalahan di bidang produksi, pengembangan usaha, promosi, dan pemasaran bagi UMKM mitra. Permasalahan yang dihadapi UMKM mitra meliputi kurangnya kemampuan pelaku UMKM untuk memanfaatkan peluang usaha, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, berpikir kreatif, dan berinovasi dalam mendesain produk, kemasan, alat promosi, dan pemasaran produk mereka. Kondisi ini berdampak pada terbatasnya jangkauan pemasaran dan rendahnya omset penjualan. Solusi yang diberikan meliputi: memberikan pelatihan dan bantuan kepada UMKM mitra untuk meningkatkan kualitas produk dengan mengolah limbah urin kambing menjadi pupuk cair yang dikombinasikan dengan PGPR (Plant Growth Promoting Rhizobakteri) diversifikasi dan diferensiasi produk, membantu implementasi desain produk dan kemasan yang menarik, membuat desain materi promosi digital yang representatif, mengembangkan desain media pemasaran online, dan menghasilkan ide-ide baru dari media online. Peningkatan pendapatan penjualan produk UMKM akan menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi bagi UMKM, sehingga meningkatkan taraf hidup mereka.

Kemampuan untuk meraih peluang bisnis yang lebih besar, pergeseran perilaku pemasaran dari konvensional ke pemasaran online, memiliki ide-ide kreatif, dan manajemen keuangan yang tepat harus diimbangi dengan kemampuan UMKM untuk menerapkan manajemen kewirausahaan dan penerapan teknologi pemasaran online. Pergeseran perilaku pemasaran dari konvensional ke pemasaran online harus diimbangi dengan kemampuan pelaku UMKM untuk mendesain produk yang lebih menarik, mendesain alat promosi digital yang efektif sehingga produk mudah dikenali, dan menggunakan teknologi pemasaran online untuk memperluas jangkauan pasar mereka. UMKM dapat mendorong perekonomian Indonesia. Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis teknologi telah menjadi kebutuhan bagi UMKM agar dapat berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Memilih media pemasaran online merupakan pilihan yang efektif bagi UMKM untuk menjangkau area pasar yang lebih luas, meningkatkan omset penjualan, dan dengan demikian berdampak pada pertumbuhan pendapatan UMKM Peternakan Kambing di Kabupaten Getasan.

Kata kunci: Implementasi Teknologi, Kualitas Produk, Pemasaran Online, Peluang Bisnis, UMKM

PENDAHULUAN

Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang merupakan Wilayah Kecamatan yang luas wilayahnya kurang lebih 65.796 Km². Kecamatan Getasan, terdiri dari 13 Kelurahan yang

1

meliputi; Kelurahan Getasan, Jetak, Batur, Kopeng, Ngrawan, Nogosaren, Manggihan, Polobogo, Samirono, Sumogawe, Tajuk, Tolokan dan Wates. Penerima PKH, BPNT, KIP, PBI JKN dan BST pada kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang sebanyak 1.972 KPM. Jumlah penerima Program Keluarga Harapan (PKH) di kecamatan Getasan, menduduki peringkat ke 2 di Kabupaten Semarang. Kondisi ini yang melatar belakangi Tim pengabdian untuk melaksanakan kegiatan pengabdian bagi KPM PKH Graduasi Prokus Kecamatan Getasan, agar mereka dapat meningkatkan penghasilan dan kesejahteraannya, sehingga bisa mandiri secara ekonomi serta menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitarnya.

Pupuk cair yang dibuat oleh UMKM Peternakan kambing kecamatan Getasan berasal dari limbah kotoran kambing. Kotoran kambing merupakan kotoran ternak yang sangat baik untuk dijadikan pupuk cair. Menurut (Pranata et al., 2013) manfaat dari ternak kambing salah satunya adalah pada limbah urinenya. Urine kambing merupakan limbah hewan ternak yang tidak hanya digunakan sebagai pupuk kandang saja, tetapi juga dapat diolah menjadi pupuk cair organik (Fahlevi et al., 2022). Pada proses pembuatan pupuk organik cair, bahan organik mengalami penguraian secara biologis, khususnya oleh mikroba-mikroba yang memanfaatkan bahan organik sebagai sumber energy, Suwahyono (2011). Hunaepi (2014), menyatakan bahwa pembuatan pupuk dengan bahan baku limbah ternak membutuhkan waktu yang lebih cepat dari pembuatan pupuk kompos yang konvensional. Waktu yang dibutuhkan untuk membuat pupuk cair sekitar 5 hari sejak dibuat, proses pembuatan pupuk organik cair tidak memerlukan tempat yang luas, bisa dikerjakan pada lahan yang sempit maupun di rumah UMKM. Kelemahan pupuk cair yang tidak diproses dengan tepat dikarenakan oleh *viabilitas* (daya hidup) *mikroorganisme* yang dikandung sangat rendah, menghasilkan gas dan bau tidak sedap (busuk) sehingga nutrisi yang dihasilkan tidak maksimal (Fahlevi et al., 2022). Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukan kombinasi dengan bahan baku khusus agar dapat mengurangi bau dan memaksimalkan kandungan nutrisi pada Pupuk Organik Cair dengan mencampurkan *Plant Growth Promoting Rhizobakteri* (PGPR) agar produk lebih diminati oleh segmen pasar sasaran. Produk organik cair ini memadukan limbah urine kambing dengan kombinasi PGPR sebagai perpaduan bahan baku yang bermanfaat bagi percepatan pertumbuhan serta daya tahan dari tanaman hortikultura dibanding pupuk organik cair biasa serta meningkatkan kadar nutrisi yang ada di dalam tanah.

Plant Growth Promoting Rhizobacteria (PGPR) adalah bakteri yang hidup pada akar tanaman. Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian PGPR yang digunakan berasal dari rimpang jahe dan sereh. Hasil penelitian Kloepper dan Scroth (1985) dalam Oktaviani dan Sholihah (2018) menyatakan bahwa benih yang diinokulasi dengan bakteri tanah yang mendiami perakaran tanaman akan meningkatkan pertumbuhan tanaman khususnya tanaman hortikultura. Pupuk organik cair dari limbah urine kambing berfungsi sebagai mempercepat pertumbuhan pada tanaman hortikultura sedangkan PGPR berfungsi menyediakan dan memobilisasi penyerapan berbagai unsur hara dalam tanah. Dengan menggabungkan kedua hal tersebut dapat mengoptimalkan pertumbuhan tanaman hortikultura.

Limbah urine kambing merupakan pupuk kandang yang dihasilkan UMKM mitra dijual pada pengepul di wilayah kecamatan getasan dengan harga Rp 1000,-/lt sedangkan harga pupuk organik cair dari limbah urine Kambing di pasaran adalah Rp 15.000/500 ml (pada *market place shopee*).

Strategi agar usaha UMKM mitra dapat lebih maju dan berkembang maka perlu dilakukan pelatihan dan pendampingan peningkatan kualitas produk, pemberian merk, mendampingi UMKM melakukan *diversifikasi* dan *differensiasi* produk, memberikan informasi komposisi dan manfaat produk. Melakukan pendampingan membuat desain produk yang representatif dan menarik, pembuatan desain promosi digital dan media pemasaran *online*. Penerapan kegiatan promosi dan penjualan produk yang kreatif dan inovatif dengan menggunakan alat-alat promosi *digital* dan system penjualan *online* pada sosial media, *webcommerce* dan *marketplace*, agar produk bisa bersaing di pasar lokal dan Nasional.

UMKM mitra harus dapat menangkap peluang usaha yang lebih besar dengan melakukan *diversifikasi* dan *differensiasi* produk. *Diversifikasi* strategi adalah suatu usaha untuk mencari dan mengembangkan produk dan pasar yang terbaru, sedangkan *Diferensiasi* strategi adalah melakukan suatu usaha/tindakan untuk membuat kerangka atau merancang satu set perbedaan yang dipergunakan untuk memilah dan membedakan penawaran perusahaan dan penawaran pesaing, atau bisa keduanya, dalam rangka meraih dan mengejar pertumbuhan, peningkatan, fleksibilitas, dan profitabilitas perusahaan (Kotler, 2007:385). Pada penerapan strategi ini UMKM dapat membidik segmen pasar yang berbeda, dengan menyediakan produk dengan kualitas, harga, ukuran yang berbeda guna memaksimalkan keuntungan UMKM.

Strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM mitra, agar dapat memperluas wilayah pemasaran produknya dengan penerapan teknologi pemasaran *online* melalui berbagai *Platform Digital Marketing*. Pelaku UMKM harus melakukan perubahan dalam cara memasarkan produknya dengan memanfaatkan teknologi informasi di dalam bisnisnya. Media sosial berpotensi untuk membantu UMKM mitra dalam memasarkan produknya. Media sosial didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang menciptakan fondasi ideologi yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*, Stockdale, et al. (2012) dalam Periyadi (2020). Aplikasi media sosial tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain. Aplikasi-aplikasi ini bermaksud untuk menginisiasi dan mengedarkan informasi *online* tentang pengalaman pengguna dalam mengonsumsi produk atau merek, dengan tujuan utama meraih (*engage*) masyarakat. Dalam konteks bisnis, *people engagement* dapat mengarah kepada penciptaan profit.

Penerapan Teknologi pemasaran *online*, dapat menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas dibanding pemasaran secara konvensional, sehingga hal ini menjadi pilihan yang tepat untuk peningkatan usaha UMKM mitra. Penerapan Teknologi pemasaran online selain biayanya murah juga tidak perlu memiliki keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih konsumen. Kurangnya pengetahuan pelaku UMKM mitra mengenai penerapan teknologi pemasaran online guna memperluas wilayah pemasaran dan peningkatan usaha sebagai dasar yang menginspirasi tim Pengabdian kepada Masyarakat untuk memberikan pelatihan dan pendampingan penerapan teknologi pemasaran *online*. Pelatihan dan pendampingan yang akan diberikan yaitu; Pelatihan membuat desain produk yang menarik dan representatif, pelatihan membuat desain alat promosi digital, dan desain media pemasaran *online*.

Kotler dan Keller (2012:332), menyatakan "Desain produk adalah karakteristik produk yang mencakup bentuk, fitur, mutu kesesuaian, daya tahan, kehandalan, gaya, dan kemudahan untuk diperbaiki". Desain Produk merupakan hal yang sangat penting dalam suatu produk. Desain produk pada dasarnya adalah nilai yang terkandung dalam suatu produk dan penampilan produk yang menarik serta menjadi pembeda dengan pesaing. Pada proses produksi, desain produk harus dapat menarik perhatian konsumen, memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, agar mereka bersedia melakukan pembelian.

Digital Marketing adalah salah satu strategi pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan dan menjual produk kepada segmen pasar sasaran dengan memanfaatkan berbagai sosial media maupun *Market place*. Pasar sasaran dapat memperoleh informasi kapan saja mereka membutuhkan dan dimana pun mereka berada. Jumlah pengguna sosial media yang semakin banyak dapat berimplikasi pada semakin besarnya peluang bagi UMKM untuk memperluas wilayah pemasaran produknya dan mengembangkan usahanya. Sánchez-Franco et al., (2014) menyatakan "Pemasaran *digital* sebagai hasil pemasaran evolusi. Evolusi terjadi ketika perusahaan menggunakan saluran media *digital* untuk sebagian besar kegiatan pemasarannya". Saluran media *digital* memungkinkan perusahaan dan segmen pasar sasarannya melakukan komunikasi secara terus menerus, dua arah, dan pribadi antara pemasar dan konsumen.

Adanya permasalahan dibidang produksi, promosi dan pemasaran ini, menjadi acuan dasar untuk memberikan solusi guna mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Berdasarkan uraian tersebut, sangat penting untuk dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "**Penerapan Desain Produk, Desain Alat-alat Promosi Digital dan Desain Media Pemasaran on-line Pada UMKM Pupuk Bokashi di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang**".

PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, serta identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM mitra yang merupakan KPM PKH Graduasi Prokus Kecamatan Getasan

a. Masalah dibidang produksi

Kurangnya kemampuan UMKM mitra dalam mengenali peluang dan menangkap peluang usaha untuk mengembangkan usahanya. Mereka belum melakukan pengolahan limbah ternaknya dan menjualnya dengan harga yang sangat rendah. Usaha mereka belum dilandasi oleh manajemen bisnis yang memadai. Belum melakukan peningkatan kualitas produk, *diversifikasi* dan *differensiasi* produk sehingga produk belum mempunyai nilai tambah.

b. Masalah dibidang promosi

UMKM mitra belum melakukan promosi yang menarik dan efektif dengan menggunakan teknologi digital agar produk lebih dikenal masyarakat dan dapat menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas.

c. Masalah dibidang pemasaran

Wilayah pemasaran masih terbatas dan segmen pasar sasaran yang dibidik mempunyai daya beli rendah. UMKM mitra menjual sebagian besar produknya kepada pengepul dengan harga yang sangat rendah.

UMKM mitra Belum menguasai Teknologi Pemasaran *online*, guna perluasan usaha dan pengembangan usaha.

SOLUSI DAN HASIL LUARAN

Penyelesaian persoalan di bidang produk, produksi, promosi dan pemasaran tim pengabdian merumuskan beberapa solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi mitra.

2.1 Solusi pemecahan masalah yang dihadapi UMKM mitra sebagai berikut :

a. Solusi masalah dibidang produksi

Memberikan pelatihan dan pedampingan kepada UMKM mitra cara meningkatkan kualitas produk dengan mengolah limbah urine kambing menjadi pupuk cair dengan kombinasi PGPR yang berkualitas agar mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Memberikan pelatihan dan pedampingan kepada UMKM mitra cara pembuatan desain kemasan produk mulai dari bentuk, warna, grafis, merek, ilustrasi, huruf serta tata letak desain. Desain kemasan yang baik dan menarik akan menggambarkan kualitas produk melalui visual desain.

b. Solusi masalah dibidang promosi

Produk UMKM Mitra, agar lebih dikenal oleh segmen pasar sasaran maka perlu dilakukan pelatihan dan pedampingan pembuatan desain alat-alat promosi digital menggunakan *website* dengan media internet. Promosi harus menarik dan efektif agar produk lebih dikenal masyarakat.

c. Solusi masalah dibidang pemasaran

Produk UMKM Mitra, agar dapat menjangkau wilayah pemasaran yang luas, perlu dilakukan pelatihan dan pedampingan pembuatan desain media pemasaran *online* lewat sosial media dan *market place* agar produk lebih dikenal masyarakat. Melakukan pedampingan penerapan pemasaran *on-line* pada media sosial (*Whatsapp, Facebook, Instagram, Website*) dan *Marketplace*

2.2 Hasil dan luaran

Pengabdian masyarakat ini menghasilkan luaran sebagai berikut:

- Peningkatan kualitas produk dengan munculnya “Produk Pupuk Organic Cair Getasan Sejahtera”, penerapan desain produk dan kemasan produk yang menarik dan representative.
- Penerapan desain alat promosi digital
- Penerapan desain media Pemasaran *online* oleh UMKM Mitra, menggunakan Media *online; Whatsapp, Facebook, Instagram* dan akun berjualan di *Marketplace*.
- UMKM mitra dapat memaksimalkan media pemasaran *on-line* untuk pengembangan usaha

Berdasarkan uraian mengenai solusi dan hasil luaran maka capaian luaran seperti pada table 2:

Tabel 2. Capaian Luaran

No	Jenis Luaran	Perkiraan Capaian	Indikator
1	Pupuk cair dengan kombinasi PGPR, Desain	100%	5

	produk dan kemasan produk UMKM mitra	
2	Penerapan alat-alat promosi digital melalui beberapa <i>platform digital</i> oleh UMKM mitra	100%
3	Desain Media Pemasaran <i>on-line</i> melalui beberapa <i>platform digital</i> oleh UMKM mitra	100%
4	Pemakalah dalam pertemuan ilmiah	100%
5	Prosiding di Seminar Nasional (SENTRIKOM)	100%
6	Publikasi ilmiah di jurnal Society	100%
7	Publikasi pada media masa	100%

METODE

Setelah memahami konsep permasalahan dan penyelesaian masalah dalam kegiatan pengabdian, selanjutnya metode pelaksanaan pengabdian dan dampak dari adanya kegiatan.

3.1 Metode Kegiatan

Metode yang dipakai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: Pelatihan dan pendampingan pembuatan pupuk cair dengan kombinasi PGPR, praktik penerapan desain produk, kemasan produk, alat promosi digital dan desain media pemasaran *online* kepada UMKM mitra, yang disampaikan oleh dosen dan praktisi yang ahli dibidangnya serta mahasiswa yang telah mempunyai kompetensi di bidang *digital marketing*.

3.2 Dampak kegiatan

Dampak dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

- Penciptaan dampak kewilayahan kegiatan pengabdian adalah semakin dikenalnya produk "Pupuk cair dengan kombinasi PGPR" produksi UMKM mitra yang berkualitas dan dikenal secara nasional, sebagai *icon* produk local Getasan yang memiliki nilai potensial strategis.
- Dampak pemberian nilai tambah pada produk "Pupuk cair dengan kombinasi PGPR" produksi UMKM mitra, dapat meningkatkan penyerapan tenaga kerja pada masyarakat sekitar UMKM, peningkatan kualitas produk, nilai jual produk dan wilayah pemasaran produk yang dapat menjangkau wilayah pemasaran nasional.
- Penciptaan dampak kewilayahan kegiatan P3M Polines, sehingga semakin dikenalnya Lembaga dan Unit P3M Polines pada wilayah Jateng dan sekitarnya.

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Melalui Unit Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Politeknik Negeri Semarang, telah melakukan berbagai kegiatan Pelatihan, Pendampingan dan Peningkatan Keterampilan yaitu dalam bidang Manajemen Kewirausahaan, Produksi dan Operasi, Keuangan, Pemasaran dan serta Penerapan IPTEKS pada berbagai UMKM dan jenis lainnya di Jawa tengah. Implementasi program pengabdian pada masyarakat ini juga didukung oleh peralatan yang dimiliki oleh Politeknik Negeri Semarang, diantaranya peralatan dan laboratorium di semua jurusan yang dapat mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian.

Sumber daya manusia tim pelaksana

Tim pelaksana mempunyai kompetensi yang sesuai dengan program yang dilaksanakan sehingga tidak menghambat proses perencanaan dan implementasi program. Tim pelaksana adalah staf pengajar Jurusan Administrasi Bisnis Polines dengan latar belakang pendidikan dan keahlian yang mendukung. Pada kegiatan ini Tim pelaksana terdiri dari beberapa bidang keahlian dan pengalaman yang berbeda, baik dibidang kewirausahaan, keuangan, pemasaran, produksi, maupun dalam penerapan IPTEKS pada berbagai UMKM di Semarang dan sekitarnya.



Gambar 1. Tim Pengabdian memberikan hibah alat digital marketing dan peserta pengabdian

Tim dalam Program pengabdian kepada masyarakat ini sudah berpengalaman dalam menjalankan pengabdian kepada masyarakat dengan dana DIPA antara lain:

- Pengolahan Limbah Ternak Sapi Menjadi Pupuk Bokashi di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang (DIPA tahun 2022).
- Penerapan Desain Produk, Desain Alat-alat Promosi Digital dan Desain pemasaran *On-Line* bagi UMKM Pupuk Bokashi di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang (DIPA tahun 2023).
- Penerapan Teknologi pemasaran produk menggunakan E-Commerce pada UMKM di desa Mangunharjo, Tembalang, Kota Semarang (DIPA tahun 2023).
- Penerapan Teknologi Pemasaran Produk Menggunakan Media *OnLine* bagi UMKM di Desa Meteseh Kecamatan tembalang, kota Semarang (DIPA tahun 2023)
- Penguatan Kompetensi Kewirausahaan, Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pengelolaan Keuangan Pada UMKM Pupuk Bokashi di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang (DIPA tahun 2024).



Gambar 2. Peserta pelatihan sedang menakar limbah urine kambing untuk dibuat pupuk organik cair

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dapat dilaksanakan dengan baik, lancar dengan didukung oleh sarana dan prasarana yang disediakan oleh penyelenggara pelatihan. Metode yang dilakukan adalah Memberikan pelatihan dan pedampingan kepada UMKM mitra cara meningkatkan kualitas produk dengan mengolah limbah urine kambing menjadi pupuk cair dengan kombinasi PGPR yang berkualitas agar mempunyai nilai ekonomi yang tinggi. Memberikan pelatihan dan pedampingan kepada UMKM mitra cara pembuatan desain kemasan produk mulai dari bentuk, warna, grafis, merek, ilustrasi, huruf serta tata letak desain.

Desain kemasan yang baik dan menarik akan menggambarkan kualitas produk melalui visual desain. Pelatihan dan pedampingan pembuatan desain alat-alat promosi digital menggunakan *website* dengan media internet. Promosi harus menarik dan efektif agar produk lebih dikenal masyarakat. Produk UMKM Mitra, agar dapat menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas, perlu dilakukan pelatihan dan pedampingan pembuatan desain media pemasaran *online* baik lewat sosial media maupun *market place* agar produk lebih dikenal masyarakat. Melakukan pelatihan dan pedampingan penerapan Teknologi Pemasaran Produk menggunakan media *online* (pembuatan akun berjualan pada *social media* dan *market place*) oleh UMKM guna memperluas wilayah pemasaran dan meningkatkan omzet penjualan, serta adanya laporan keuangan sederhana agar UMKM mitra dapat melakukan evaluasi terhadap usahanya. Selain dengan memberikan pelatihan dan pedampingan materi manajemen pemasaran dan manajemen keuangan, kami juga memberikan motivasi untuk para peserta, agar lebih berani dalam berinovasi, sehingga produk lebih diminati oleh segmen pasar sasaran. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan hasil kerjasama dengan pihak Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang.



Gambar 3. Hibah alat Tim Pengabdian pada peserta untuk mengolah pupuk Organik cair





Gambar 4. Peserta pelatihan sedang menghaluskan jahe dan sere untuk membuat larutan PGPR

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada hari Sabtu, tanggal 20 September 2025, jam 09.00 WIB s/d 15.30 WIB, bertempat di Rumah ibu Khotimah, Kp. Gowongan, RT. 04, RW. 02, Manggihan, Kec. Getasan, Kabupaten Semarang. Pembukaan dan sambutan dilaksanakan oleh: Ketua Tim Isnaini Nurkhayati, SE, MM, dan Ketua UMKM Peternakan Kambing, Kp. Gowongan, Manggihan, Kecamatan Getasan. Kegiatan Pengabdian dihadiri oleh 4 UMKM Peternakan Kambing, Kp. Gowongan, Manggihan, Kecamatan Getasan dan 4 Dosen serta 3 mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang.

Adapun hasil dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sbb:

- a. Pelatihan menangkap peluang usaha
Setelah pelatihan peserta dapat menangkap peluang usaha dan mengembangkan usaha dengan melakukan *diversifikasi* dan *differensiasi* produk.
- b. Pelatihan manajemen pengelolaan usaha, pemasaran dan keuangan
Setelah mengikuti pelatihan ini peserta dapat menjalankan usaha dengan manajemen pengelolaan usaha yang baik dan termotivasi untuk lebih mengembangkan usahanya sehingga berimplikasi terhadap peningkatan wilayah pemasaran, omzet penjualan, pengembangan usaha, dan tingkat keuntungan UMKM Mitra. Adanya laporan keuangan sederhana oleh UMKM mitra, sehingga mereka dapat melakukan evaluasi terhadap usahanya.
- c. Pelatihan penerapan teknologi pemasaran *online* oleh UMKM Mitra
Setelah mengikuti pelatihan ini peserta dapat menerapkan teknologi pemasaran *online* dengan menggunakan *social media* dan *Market Place Shopee*
- d. Menjadi pemakalah dalam pertemuan ilmiah tahun 2025
- e. Adanya publikasi ilmiah pada jurnal ilmiah tahun 2026

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat adalah 4 UMKM Peternakan Kambing di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, yang merupakan KPM (Kelompok Penerima

Manfaat) PKH (Program Keluarga Harapan) Graduasi Prokus (Program Kewirausahaan Sosial) Kecamatan Getasan.

- b. Materi yang diberikan yaitu: Pelatihan dan pendampingan pembuatan Akun Bisnis di media sosial dan Akun pada Market Place Shopee agar UMKM mampu memasarkan produknya secara *online*. Melatih cara mendapatkan ide-ide kreatif yang murah dari media sosial, meningkatkan ketrampilan menggunakan media sosial guna meningkatkan kreatifitas dan keinovasian 4 UMKM Peternakan Kambing di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang.
- c. Kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan lancar tanpa ada hambatan yang berarti.
- d. Bantuan Peralatan dan bahan yang diberikan adalah sebagai berikut:
 1. HP Android untuk memasarkan produk melalui media pemasaran on-line.
 2. Modem, untuk menghubungkan HP ke jaringan internet.
 3. Ember besar untuk menampung limbah urine kambing
 4. EM4 1 Lt, rimpang Jahe 1 Kg, Sereh 1 Kg
 5. Jerigen besar kapasitas 20 Lt untuk proses Fermentasi limbah urine Kambing .

Diharapkan pada tahun yang akan datang, dapat dilakukan pelatihan dan pendampingan penerapan Digital Marketing menggunakan berbagai media.

DAFTAR PUSTAKA

Basu Swastha DH., dan Irawan (2008) "*Manejemen Pemasaran Modern*", Edisi Kedua, Liberty Offset, Yogyakarta.

Buchari Alma (2007), " Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa", Edisi Keempat, CV. Alfabeta, Bandung

-----, Alma (2005), " Kewirausahaan ", Edisi Kesembilan, Alfabeta Bandung

Chabib, Lutfi., Yosi Febrianti, Bambang Subekti, Abdul Hakim, dan Muhammad Safarullah (2016), "Pemberdayaan dan Pengembangan UKM Sebagai Penggerak Ekonomi Desa. (Desa Harjobinangun, Pakem, Sleman, Yogyakarta)", *AJIE – Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol.01, No. 03(e-ISSN: 2477-0574; p-ISSN: 2477-3824).

Fahlevi, A. Y., Purnomo, Z. T., & Mulia Shitophyta, L. (2021). Pembuatan Pupuk Organik Cair Dari Urine Kambing Jawa Randu Dan Sampah Organik Rumah Tangga. *Rekayasa*, 14 (1), 84-92. <https://doi.org/10.21107/Rekayasa.V14i1.7560>

Hunaepi, Dharmawibawa D.I., Samsuri T. 2014. Pemanfaatan Limbah Media Jamur Sebagai Pupuk Organik (IbM Kelompok Tani). *Jurnal Ilmiah IKIP Mataram*

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2012), , "Manajemen Pemasaran", Buku 2, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Nasir, Mohamad dan Agus Handoko (2007), "Pengaruh orientasi wirausaha terhadap kinerja perusahaan kecil dengan lingkungan strategi sebagai variable moderat (studi kasus pada industry aneka di Kota Semarang) ,Jurnal Bisnis Strategi, Vol.12, No. VIII, pg, 89-100
- Oktaviani, E., & Sholihah, S. M. (2018). Pengaruh Pemberian Plant Growth Promoting Rhizobacteria (PGPR) Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Kailan (*Brassica oleraceae* var. *acephala*) Sistem Vertikultur. *Jurnal Akrab Juara*, 3(1), 63–70
- Pranata, N. E., Indonesia, U. I., Indonesia, U. I., Village, P., Kaligesing, D., Purbowono, D., Kaligesing, K. (2013). Pemanfaatan Urine Ternak Dalam Pembuatan Pupuk. 2(1), 68–72.
- Sánchez-Franco, M. J., Peral-Peral, B., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2014). Users' intrinsic and extrinsic drivers to use a web-based educational environment. *Computers & Education*, 74, 81–97.
- Suwahyono, U. (2011). "Petunjuk Praktis Penggunaan Pupuk Organik Secara Efektif dan Efisien". Penebar Swadaya. Depok.
- Thomas W, Norman M . (2009), "Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil" Salemba Empat 2009
- Yuniwati, dkk. (2012), "Optimasi kondisi proses pembuatan kompos dari sampah organik dengan cara fermentasi menggunakan EM4". *Jurnal Teknologi* 5(2):172181.