

PENINGKATAN EFISIENSI PENGEMASAN MEDIA TANAM UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Berli Paripurna Kamiel¹, Endah Saptutyningsih²

¹Program Studi Teknik Mesin, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

²Program Studi Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

bertlikamiel@umy.ac.id¹, endahsaptuty@umy.ac.id²

ABSTRAK

Abstrak: Permasalahan yang ditemukan di Kelompok MK_Smart Padukuhan Pereng Dawe, Balecat, Gamping Sleman adalah sampai saat ini pengemasan media tanam yang memanfaatkan potensi local limbah ternak masih dilakukan secara manual sehingga belum optimal. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk melakukan peningkatan kualitas produk media tanam melalui mekanisasi proses pengemasan media tanam agar produksi media tanam lebih efektif dan efisien dan layak untuk diperjualbelikan. Program ini bermitra dengan satu kelompok masyarakat yaitu MK_Smart dengan kegiatan berupa pelatihan pengemasan media tanam serta pelatihan pemasaran media tanam secara online sehingga memberikan manfaat langsung terhadap kehidupan masyarakat di bidang sosial dan ekonomi serta meningkatkan kualitas sumberdaya melalui pemberdayaan kelompok masyarakat MK_Smart di Padukuhan Pereng Dawe, Kabupaten Sleman. Kegiatan program PKM ini telah dilakukan yang meliputi: (1) Sosialisasi kegiatan PKM dan rapat koordinasi dengan anggota kelompok MK_Smart; (2) Pembelian mesin pengemasan media tanam dan serah terima barang kepada; (3) Anggota kelompok MK_Smart melakukan pelatihan cara penggunaan mesin pengemas dan mengakses youtube tentang pemasaran online; dan (4) kuesioner disebarkan ke anggota kelompok masyarakat MK_Smart untuk mengetahui perbedaan kapasitas dan pengetahuan MK_Smart sebagai mitra PKM sebelum dan sesudah ada program PKM ini; Hasil kuesioner menunjukkan adanya peningkatan kapasitas dan pemahaman terkait dengan pembuatan kompos dan bauran pemasaran. Semula sebanyak 33,3% anggota belum mengetahui tentang pengemasan media tanam dan hanya mendengar tetapi belum mengetahui apa yang bisa dimanfaatkan, setelah adanya program ini anggota Kelompok MK_Smart 50% menjadi mengetahui, dan yang sudah memanfaatkannya dalam kegiatan ekonomi sebanyak 46,7%. Dengan adanya program PKM ini diharapkan dapat mendukung pemanfaatan potensi lokal berupa limbah ternak yang dibuat sebagai media tanam dengan melakukan peningkatan kualitas kemasan produk media tanam sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Padukuhan Perengdawe Kabupaten Sleman.

Kata Kunci: Media Tanam; Pengemasan; Pemasaran; TOGA; Ekonomi Kreatif.

Abstract: The problem found in the MK_Smart Padukuhan Pereng Dawe, Balecat, Gamping Sleman group is that until now the packaging of planting media that utilizes the local potential of livestock waste is still done manually so it is not optimal. This PKM activity aims to improve the quality of planting media products through mechanization of the planting media packaging process so that the production of planting media is more effective and efficient and feasible to trade. This program partners with one community group, namely MK_Smart with activities in the form of planting media packaging training and online planting media marketing training so that it provides direct benefits to people's lives in the social and economic fields and improves the quality of resources through empowering the MK_Smart community group in Pereng Dawe Padukuhan, District Sleman. The PKM program activities have been carried out which include: (1) Socialization of PKM activities and coordination meetings with members of the MK_Smart group; (2) Purchase of planting media packaging machines and handover of goods to; (3) Members of the MK_Smart group conduct training on how to use packaging machines and access YouTube about online marketing; and (4) questionnaires distributed to members of the MK_Smart community group to find out the differences in capacity and knowledge of MK_Smart as PKM partners before and after this PKM program; The results of the questionnaire show an increase in capacity and understanding related to composting and the marketing mix. Initially, as many as 33.3% of members did not know about planting media packaging and had only heard but did not know what could be used. After this program, 50% of the members of the MK_Smart Group became aware, and 46.7% had used it in economic activities. With the existence of this PKM program, it is hoped that it can support the utilization of local potential in the form of livestock waste which is made as a planting medium by improving the quality of packaging for planting media products so that it can improve the welfare of the people of Padukuhan Perengdawe, Sleman Regency.

Keywords: Growing Media; Packaging; Marketing; TOGA; Creative Economy.



Article History:

Received: 30-05-2023

Revised : 17-07-2023

Accepted: 20-07-2023

Online : 18-08-2023



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Dalam rangka peningkatan pendapatan masyarakat, perlu adanya pemberdayaan kelompok-kelompok masyarakat khususnya kelompok Kampung Toga agar tidak hanya tergantung dari sektor jasa maupun pertanian. Kegiatan PKM ini bertujuan untuk mengembangkan ketrampilan kelompok Kampung Toga di Padukuhan Pereng Dawe, Balecatur yang memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat dengan memanfaatkan limbah ternak di sekitarnya melalui ekonomi kreatif (Tulus et al., 2014). Berbagai usaha untuk mengolah limbah ternak menjadi pupuk organik telah dilakukan di Sukoharjo (Mulyani, I Ifandari, 2016). Studi lain menemukan bahwa pupuk dapat meningkatkan produktivitas pertanian kelompok tani Karanganyar (Ratriyanto et al., 2019). Pupuk juga dapat bermanfaat untuk menekan biaya produksi pertanian (Arif, 2020). Dengan meningkatnya ketrampilan kelompok masyarakat Kampung Toga dapat meningkatkan kegiatan ekonomi lokal yang secara tidak langsung dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Padukuhan Pereng Dawe, Desa Balecatur, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Keterlibatan masyarakat dibutuhkan dalam pelatihan pembuatan pupuk organik (Rusdiyana, M.Cahyadi, A. Pramono, 2020). Identifikasi potensi sumberdaya alam dan lingkungan yang ada di sekitar masyarakat perlu dilakukan dengan berbasis kearifan lokal dalam rangka menunjang program pemerintah dalam pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan secara baik dan berkelanjutan (Maridi, 2015). Salah satu pemanfaatan potensi alam diupayakan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, perlu adanya pemberdayaan kelompok-kelompok masyarakat. (Organization, n.d.) menyatakan bahwa perlu untuk mengidentifikasi peluang pekerjaan bagi masyarakat dan meningkatkan pendapatan masyarakat, serta dapat memberikan ide-ide inovatif untuk usaha baru dan peluang kerja (Organization, n.d.). Berdasarkan observasi, ditemukan bahwa potensi alam Padukuhan Pereng Dawe, Desa Balecatur, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman melimpah tetapi ketrampilan kelompok masyarakat dalam memanfaatkannya masih rendah. Berdasarkan observasi di Padukuhan Pereng Dawe, ada kelompok ronda yang masih aktif. Kelompok ronda beranggota 25 orang dan memiliki iuran rutin Rp 20.000 per minggu. Setiap anggota memiliki tanaman yang rencananya hendak dibudidayakan menjadi tanaman obat (Tarigan et al., 2017).

Di Padukuhan Pereng Dawe terdapat kelompok ternak sapi yang terdiri dari 15 sapi milik beberapa masyarakat. Kelompok tersebut juga mengadakan pertemuan rutin setiap bulan. Kandang sapi untuk kelompok tersebut ada tapi hanya beberapa pemilik sapi yang menaruh sapi di kandang tersebut. Selain sapi ada kelompok ternak kambing juga di dukuh Pereng Dawe dengan jumlah kambing sekitar 10 ekor. Di luar kelompok ternak dan kambing beberapa masyarakat ada yang memiliki ternak sapi dan kambing tapi tidak ikut kelompok ternak. Rata-rata ukuran kandang

ternak adalah kurang lebih 3 meter karena sapi bisa dikencang atau dijajar. Biasanya setiap orang bisa memiliki lebih dari 1 sapi. Berdasarkan observasi di Padukuhan Pereng Dawe, pengelolaan kotoran sapi/kambing menjadi pupuk kompos/bekatul sebagai campuran media tanam organik sampai saat ini masih manual sehingga belum optimal, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pengemasan media tanam masih secara manual

Padahal berdasarkan banyaknya jumlah ternak yang dimiliki oleh masyarakat, pengelolaan kotoran sapi menjadi pupuk ini sangat potensial terutama sebagai campuran media tanam organik yang sudah diproduksi oleh kelompok ini (Ratriyanto et al., 2019). Setelah diadakannya pelatihan pembuatan media tanam yang didukung dengan mesin pengaduk dan mesin penggiling kotoran sapi/kambing menjadi pupuk kompos sampai saat ini pengemasan media tanam masih dilakukan secara manual sehingga belum optimal (Arif, 2020). Oleh karena itu Kegiatan PKM ini bertujuan untuk melakukan peningkatan kualitas produk media tanam melalui mekanisasi proses pengemasan media tanam agar produksi media tanam lebih efektif dan efisien dan layak untuk diperjualbelikan (Sucipta et al., 2017).

B. METODE PELAKSANAAN

Program PKM ini bermitra dengan satu kelompok Masyarakat yaitu MK_Smart Padukuhan Pereng Dawe, Desa Balecatur, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman. Kegiatan dalam Program PKM ini meliputi: (1) Sosialisasi kegiatan PKM; (2) Serah terima mesin pengemas media tanam; (3) Pelatihan pengemasan media tanam bagi kelompok masyarakat MK_Smart; (4) Pembuatan video pemasaran online yang diupload di media sosial; dan (5) Evaluasi kegiatan.

1. Sosialisasi kegiatan PKM

Sosialisasi akan mengawali kegiatan PKM ini agar mitra yaitu Kelompok Kampung Toga memahami tujuan dari kegiatan ini dan dapat melakukan koordinasi dengan anggotanya dalam rangka peningkatan kualitas produk media tanam melalui proses pengemasan.

2. Serah terima mesin pengemas media tanam

Untuk mendukung tercapainya tujuan kegiatan ini, maka Tim Pelaksana akan membelikan mesin pengemas media tanam dan menghibahkan kepada Kelompok MK_Smart agar proses pengemasan media tanam lebih efektif, efisien dan berkualitas.

3. Pelatihan pengemasan media tanam organik

a. Bahan dan peralatan pengemasan media tanam

- 1) Mesin pengemas media tanam merupakan teknologi tepat guna (TTG) yang terdiri dari komponen mesin dan mekanisme gerak sederhana (Jamaluddin et al., 2014). Komponen utamanya adalah, motor listrik atau motor bensin/diesel yang kecepatan putarannya direduksi menggunakan pasangan puli dan roda gigi reducer. Reduksi menghasilkan torsi dan kecepatan yang dibutuhkan untuk menggerakkan mekanisme pengisi media tanam. Pengendalian waktu dan volume pengisian diatur oleh mekanisme kopling yang dioperasikan menggunakan kaki.

Spesifikasi Mesin Pengisi Tanah

Sistem	: Semi Otomatis
Dimensi	: 1000 x 800 x 1650 mm
Pengerak	: Motor listrik/mesin bensin/diesel 5,5 HP
Material Tabung	: Besi
Material Corong	: Besi
Rangka	: Siku Besi
Transmisi	: Pulley, Kopling, V- Belt, Gear Box
Kapasitas	: 300-500 kantung/jam (Tergantung Operator)

- 2) Sekop, alat bantu dalam pengayakan dan tugas-tugas lainnya
- 3) Garpu/cangkrang, digunakan untuk membantu proses pembalikan tumpukan bahan dan pemilahan sampah. Berikut mesin pengisi pengemas media tanam, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Mesin pengisi pengemas media tanam

- 4) Saringan/ayakan, digunakan untuk mengayak kompos yang sudah matang agar diperoleh ukuran yang sesuai. Ukuran lubang saringan disesuaikan dengan ukuran kompos yang diinginkan. Saringan bisa berbentuk papan saring yang dimiringkan atau saringan putar.
- 5) Sepatu boot, digunakan untuk melindungi kaki selama bekerja agar terhindar dari bahan-bahan berbahaya.
- 6) Sarung tangan, digunakan oleh pekerja untuk melindungi tangan selama melakukan pemilahan bahan.
- 7) Masker, digunakan oleh pekerja untuk melindungi pernapasan dari debu dan gas bahan terbang lainnya.

b. Cara pengemasan media tanam

- 1) Media tanam dimasukkan kedalam corong pengarah.
- 2) Menyiapkan polybag.
- 3) Meletakkan polybag di bawah corong pengisi .
- 4) Menekan pedal kopling untuk membuka pintu corong pengarah dan mengalirkan media tanam ke dalam polybag.
- 5) Melepas pedal kopling jika polybag sudah terisi penuh.
- 6) Mengulang kembali mulai langkah langkah 2 untuk polybag berikutnya (Rifai, 2018).

4. Pelatihan Pemasaran Online

Pelatihan akan dilakukan secara online dengan menggunakan video tentang pemasaran online. Video ini memuat semua tahapan pemasaran online secara detail dengan tujuan agar masyarakat luas dapat memasarkan ikan air tawar dengan biaya yang tidak mahal (Nurfathiyah et al., 2011; Purw, 2014). Video ini nantinya melalui proses editing dan selanjutnya diupload ke youtube sehingga dapat memberikan manfaat bagi khalayak umum.

5. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan dengan menyebarkan kuesioner setelah pelaksanaan program PKM. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan dari Program PKM ini adalah adanya peningkatan pengetahuan tentang pengemasan media tanam dan pemasaran online setelah adanya program PKM.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi, ditemukan bahwa potensi alam Padukuhan Pereng Dawe, Desa Balecatur, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman melimpah tetapi ketrampilan kelompok masyarakat dalam memanfaatkannya masih rendah, sehingga mendorong adanya kegiatan PKM ini. Adapun rangkaian kegiatan yang sudah dilakukan sebagai berikut;

1. Sosialisasi Program dan Serah Terima Hibah Barang

Langkah awal yang dilakukan Tim PKM adalah memastikan dukungan dari masyarakat dan Kelompok MK_Smart terhadap program yang akan dijalankan, yaitu desiminasi produk teknologi ke masyarakat. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi perkenalan semua anggota Tim PKM dan permintaan ijin kegiatan kepada Ketua Kelompok MK_Smart yang dirangkai dengan pemaparan program-program yang dilaksanakan. Sosialisasi telah dilakukan pada tanggal 26 Maret 2022, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sosialisasi Kegiatan PKM

Acara sosialisasi dilanjutkan dengan penandatanganan berita acara hibah barang oleh ketua Kelompok MK_Smart dan ketua pelaksana Tim PKM. Penyerahan hibah barang oleh Tim PKM kepada mitra PKM yaitu Kelompok MK_Smart yang diwakili oleh Pak Edy Santoso sebagai ketua Kelompok MK_Smart.

2. Pelatihan pengemasan media tanam

Pelatihan pengemasan telah dilakukan dengan dihadiri 10 anggota Kelompok MK_Smart. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas anggota kelompok untuk menggunakan alat pengemas agar lebih efektif dan efisien, disamping juga produk media tanam yang akan dijual menjadi lebih berkualitas dan diminati oleh konsumen (Sucipto et al., 2019).

3. Pelatihan pemasaran online media tanam organik

Pelatihan akan dilakukan secara online dengan menggunakan video tentang pemasaran online [16]. Video ini memuat semua tahapan pemasaran online secara detail dengan tujuan agar masyarakat luas dapat memasarkan produk dengan biaya yang tidak mahal [17]. Ketua kelompok mengirimkan link youtube yang telah diberikan oleh Tim pelaksana PKM ke anggota kelompok, seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Video Penyuluhan yang diunggah di Youtube

Video penyuluhan tersebut diunggah di Youtube secara publik agar tidak hanya anggota Kelompok MK_Smart saja yang mendapat wawasan tentang cara pemasaran online, tetapi juga masyarakat luas mendapatkan manfaat dari penyuluhan tersebut (Nurfathiyah et al, 2011). Adapun link video pemasaran online adalah sebagai berikut: <https://www.youtube.com/watch?v=bOtcOyUvR6U>. Untuk menarik minat calon konsumen untuk membeli produk media tanam yang merupakan hasil produksi MK_Smart, maka berbagai teknik pemasaran yang efektif [18] disajikan dalam video tersebut. Di dalam video tersebut juga disajikan beberapa hal mendasar yang perlu dimiliki oleh seorang produsen dalam memasarkan produknya (Stanton, 1978).

4. Pengisian kuesioner sebelum dan sesudah pelaksanaan program

Tim PKM telah menyusun kuesioner dalam bentuk google form, agar diisi oleh anggota Kelompok MK_Smart. Kuesioner disebarakan sebelum dan sesudah pelaksanaan program agar dapat diidentifikasi efektifitas dan keberhasilan program PKM yang telah dilaksanakan, seperti terlihat pada Gambar 5.

KUESIONER_Sebelum program peningkatan efisiensi pengemasan media tanam

Assalamu'alaikum wr.wb.
 Dalam rangka pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat yang berjudul "Peningkatan Efisiensi Pengemasan Media Tanam untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Padukuhan Pereng Dawe, Balecatur, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman" yang dilaksanakan oleh Tim PKM dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi form di bawah ini. Terima kasih atas kerjasamanya.

saptutyingsih@gmail.com (not shared)
 Switch account

* Required

Nama lengkap *

Your answer

Jenis kelamin Request edit access

KUESIONER_Sesudah program peningkatan efisiensi pengemasan media tanam

Assalamu'alaikum wr.wb.
 Dalam rangka pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat yang berjudul "Peningkatan Efisiensi Pengemasan Media Tanam untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Padukuhan Pereng Dawe, Balecatur, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman" yang dilaksanakan oleh Tim PKM dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi form di bawah ini. Terima kasih atas kerjasamanya.

saptutyingsih@gmail.com (not shared)
 Switch account

* Required

Nama lengkap *

Your answer

Jenis kelamin Request edit access

Gambar 5. Tampilan kuesioner sebelum dan setelah penyuluhan

Sebanyak 15 anggota Kelompok MK_Smart telah mengisi kuesioner setelah penyuluhan online yang sudah disebar di whatapp grup kelompok. Adapun hasil kuesioner akan dijelaskan lebih lanjut.

5. Karakteristik mitra PKM

Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas anggota Kelompok MK_Smart berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 86.7%, sedangkan 13.3% adalah wanita, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Proporsi anggota mitra berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Wanita	2	13.3
2	Pria	13	86.7
3	Total	15	100

Menurut usia, sebanyak 6.7% masing-masing berusia kurang dari 30 tahun dan 26.7% berusia 31-40 tahun. Terdapat anggota Kelompok MK_Smart berusia 41-50 tahun dan lebih dari 50 tahun masing-masing sebanyak 33.3%, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Proporsi anggota mitra berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
<= 30 tahun	1	6.7
31-40 tahun	4	26.7
41-50 tahun	5	33,3
>50 tahun	5	33,3
Total	15	100

Berdasarkan status pernikahan, terdapat 86.7% anggota Kelompok MK_Smart telah menikah dan sisanya sebanyak 13.3% belum menikah, seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Proporsi anggota mitra berdasarkan status pernikahan

Status pernikahan	Jumlah	Persentase
Belum menikah	2	13.3
Sudah menikah	13	86.7
Total	15	100

Mayoritas anggota Kelompok MK_Smart telah menamatkan jenjang Pendidikan sampai tingkat SMU/ sederajat yaitu sebanyak 40%, D3 sebanyak 20% dan S1 sebanyak 33,3%, seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Proporsi anggota mitra berdasarkan jenjang pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Tamatan SD	0	0
Tamatan SMP	0	0
Tamatan SMU/ sederajat	6	40
Tamatan D3	3	20
Tamatan S1	5	33,3
Tamatan S2	0	0
Lainnya	1	6.7
Total	15	100

Terdapat sebanyak 60% anggota Kelompok MK_Smart telah mengikuti pelatihan tertentu, sedangkan 40% belum pernah mengikuti pelatihan, seperti terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Proporsi anggota mitra berdasarkan keterlibatan dalam pelatihan

Keterlibatan pelatihan	Jumlah	Persentase
Belum pernah	6	40
Sudah pernah	9	60
Total	15	100

Berdasarkan kepemilikan usaha jumlah anggota Kelompok MK_Smart yang memiliki usaha sebanyak 60% dan yang tidak memiliki usaha 40%, seperti terlihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Proporsi anggota mitra berdasarkan keterlibatan dalam usaha

Keterlibatan Usaha	Jumlah	Persentase
Tidak memiliki usaha	6	40
Memiliki usaha	9	60
Total	15	100

Dalam rangka melakukan evaluasi kegiatan, maka disebarakan kuesioner setelah pelaksanaan Program PKM, sehingga bisa diukur tingkat keberhasilan program tersebut dengan membandingkan hasil survei sebelum dan sesudah pelaksanaan Program PKM. Berdasarkan hasil survei melalui kuesioner yang telah disebarakan, maka diperoleh hasil sebagai berikut: Dengan adanya program PKM ini, pengetahuan mitra PKM yaitu Kelompok MK_Smart mengalami peningkatan. Semula sebanyak 33,3% anggota belum mengetahui tentang pengemasan media tanam dan hanya mendengar tetapi belum tahu apa yang bisa dimanfaatkan, setelah adanya program ini anggota Kelompok MK_Smart 50% sudah tahu dan sudah memanfaatkannya dalam kegiatan ekonomi sebanyak 46,7%, seperti terlihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Proporsi anggota mitra berdasarkan pengetahuan tentang pengemasan media tanam

Pengetahuan tentang pengemasan media tanam	Sebelum Program		Sesudah Program	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Belum Mengetahui	5	33.3	2	13.3
Hanya mendengar tetapi belum tahu apa yang bisa dimanfaatkan	5	33.3	5	33.3
Sudah tahu tapi tidak memanfaatkannya	4	26.7	1	6.7
Sudah mengetahui dan sudah memanfaatkannya dalam kegiatan ekonomi	1	6.7	7	46.7
Total	15	100	15	100

Sebanyak 33,3% anggota Kelompok MK_Smart semula berharap ingin mempraktekkan budidaya ikan dan nantinya bisa dijual. Setelah adanya program PKM ini mereka ingin mempraktekkan dan nantinya bisa memproduksi untuk sendiri atau keluarga sebanyak 53,3%. Sedangkan yang nantinya bisa memproduksi masal (13,3%) dan bahkan nantinya ingin mempekerjakan orang untuk memproduksi (26,7%), seperti terlihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Proporsi anggota mitra berdasarkan harapan mitra PKM

Harapan	Sebelum Program		Sesudah Program	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa dijual	5	33.3	1	6.7
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa memproduksi untuk sendiri atau keluarga	3	20.0	8	53.3
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa memproduksi masal	2	13.3	2	13.3
Ingin mempraktekkan dan nantinya mempekerjakan orang untuk memproduksi	5	33.3	4	26.7
Total	15	100	15	100

Dengan adanya program PKM ini terjadi peningkatan pemahaman anggota Kelompok MK_Smart bahwa pengemasan media tanam bermanfaat bagi peningkatan perekonomian masyarakat. Semula 93,3% anggota Kelompok MK_Smart menyatakan bermanfaat, setelah adanya program PKM 100% anggota Kelompok MK_Smart memahami manfaatnya, seperti terlihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Proporsi anggota mitra berdasarkan persepsi tentang manfaat pengemasan media tanam

Pengemasan media tanam bermanfaat	Sebelum Program		Sesudah Program	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Tidak bermanfaat	1	6.7	0	0
Bermanfaat	19	93.3	20	100
Total	15	100	20	100

Sebelum adanya program PKM ini, sebanyak 6,7% anggota Kelompok MK_Smart belum mengetahui tentang pemasaran online, 20% hanya mendengar tetapi belum tahu seperti apa, 33,3% masing-masing sudah tahu tapi tidak mengetahui cara pemasarannya dan 13,3% mengetahui cara pemasaran, serta 26,7% ingin mempraktekkan dan nantinya bisa memasarkan. Setelah adanya program PKM ini 40% anggota Kelompok MK_Smart menjadi tahu cara pemasaran online dan 33,3% ingin mempraktekkan dan nantinya bisa memasarkan, sedangkan 6,7% ingin mempraktekkan dan nantinya mempekerjakan orang untuk memasarkan, seperti terlihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Proporsi anggota mitra berdasarkan pengetahuan tentang pemasaran online

Pengetahuan tentang pemasaran online	Sebelum Program		Sesudah Program	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Belum tahu	1	6.7	0	0
Hanya mendengar tetapi belum tahu seperti apa	3	20	0	0
Sudah tahu tapi tidak mengetahui cara pemasarannya	5	33.3	3	20
Sudah mengetahui cara pemasaran	2	13.3	6	40
Ingin mempraktekkan dan nantinya bisa memasarkan	4	26.7	5	33.3
Ingin mempraktekkan dan nantinya mempekerjakan orang untuk memasarkan	0	0	1	6.7
Total	15	100	15	100

Berdasarkan persepsi anggota Kelompok MK_Smart, sebelum adanya penyuluhan tentang pemasaran online hanya 66,7% yang menyatakan bahwa pemasaran online bermanfaat, setelah adanya penyuluhan dalam program PKM ini mereka seluruhnya menyatakan bahwa pemasaran online bermanfaat (100%), seperti terlihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Proporsi anggota mitra berdasarkan persepsi mitra tentang manfaat pemasaran online

Manfaat pemasaran online	Sebelum Program		Sesudah Program	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
Tidak bermanfaat	5	33.3	0	0
Bermanfaat	10	66.7	15	100
Total	15	100	15	100

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan PKM secara keseluruhan sudah terlaksana dengan baik yang diawali dari sosialisasi, pelatihan pengemasan dan pemasaran online. Dengan penggunaan fasilitas google form kuesioner untuk diisi oleh anggota Kelompok MK_Smart sebelum dan setelah penyuluhan telah diikuti oleh anggota Kelompok MK_Smart sebanyak 15 orang. Penyuluhan tentang cara pengemasan media tanam dan penyuluhan pemasaran online telah dilakukan dengan harapan pengetahuan anggota kelompok MK_Smart meningkat. Berdasarkan hasil kuesioner sebelum dan sesudah adanya kegiatan PKM ini, secara umum terjadi peningkatan pengetahuan masyarakat tentang cara pengemasan media tanam. Dari 33,3% anggota belum mengetahui tentang pengemasan media tanam, setelah adanya program PKM ini sebanyak 50% anggota Kelompok MK_Smart telah mengetahui, bahkan sebanyak 46,7% sudah memanfaatkannya dalam kegiatan ekonomi. Selain itu, pemahaman tentang pemasaran online mengalami peningkatan. Harapan dari kegiatan PKM ini adalah peningkatan pengetahuan anggota kelompok MK_Smart tentang cara pengemasan media tanam dan pengetahuan tentang pemasaran online sehingga dapat meningkatkan produktifitas dan kualitas produk media tanam dan secara tidak langsung dapat mendorong perekonomian masyarakat yang semakin meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana Program Kemitraan Masyarakat (PKM) mengucapkan terima kasih kepada LPM UMY yang telah memberikan Hibah Internal Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2022, sehingga kegiatan PKM ini dapat terlaksana. Demikian juga, ucapan terima kasih disampaikan kepada anggota kelompok MK_Smart serta warga masyarakat di wilayah Padukuhan Pereng Dawe, Balecatur, Gamping, Sleman yang telah berpartisipasi dalam kegiatan PKM ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Aisuwarya, R., Silvia, S., Rianti Helmi, M., Dwi Kartika, A., Amalia, M., & Budiman, W. (2022). Program Berkelanjutan Membantu Mitra Organik Jaya dengan Usaha Media Tanam Organik di Kabupaten Padang Pariaman. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 3(1), 32–38. <https://doi.org/10.20885/jattec.vol3.iss1.art4>
- Arif, S. (2020). Pembuatan Pupuk Organik Berbahan Limbah Kotoran Sapi Untuk

- Meningkatkan Produktifitas Pertanian Warga Di Dusun Genuk Desa Snepo Kec Slahung Kab. Ponorogo. *InEJ: Indonesian Engagement Journal*, 1(2), 117–127. <https://doi.org/10.21154/inej.v1i2.2328>
- Jamaluddin, P., Syam, H., Lestari, N., & Rizal, M. (2014). Alat Dan Mesin Pertanian. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 5, Issue 2).
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran (Alih bahasa Hendra Teguh, Ronny Rusly dan Benyamin Molan)*. Penerbit Prenhallindo.
- Maridi. (2015). Mengangkat Budaya dan Kearifan Lokal dalam Sistem Konservasi Tanah dan Air Using Culture and Local Wisdom in Soil and Water Conservation. *Seminar Nasional XII Pendidikan Biologi UNS*, 1, 20–39.
- Mulyani, I Ifandari, R. N. (2016). Perintisan Usaha Bersama di Bidang Produksi Pupuk Organik bagi Gabungan Kelompok Petani Tani Makmur dan UKM Industri Alkohol Ngombakan. *Jurnal Semar*, (5) 1, 1–11.
- Nurfathiyah, P., Mara, A., Siata, R., & Farida, A. (2011). Pemanfaatan Video sebagai Media Penyebaran Inovasi Pertanian. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 52, 30–36.
- Organization, I. L. (n.d.). Pelatihan Keterampilan Pedesaan: Manual Generik Pelatihan untuk Pemberdayaan Ekonomi Pedesaan (TREE). 2017.
- Purwono, Joni, D. (2014). Penggunaan Media Audio Visual Pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Alam di Sekolah Mnenegah Pertama Negeri 1 Pacitan. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran Universitas Sebelas Maret*, 2 (2), 127.
- Rahmat Gunawan, Rini Malfiany, & Hamdan Yosep Pane. (2021). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Ukm Rempeyek Nok Uus Dengan Video Cinematic Didukung Motion Grafis. *Pixel:Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 25–36. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.416>
- Ratriyanto, A., Widyawati, S. D., P.S. Suprayogi, W., Prastowo, S., & Widias, N. (2019). Pembuatan Pupuk Organik dari Kotoran Ternak untuk Meningkatkan Produksi Pertanian. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 8(1), 9–13. <https://doi.org/10.20961/semar.v8i1.40204>
- Rifai, I. A. (2018). *5 Langkah Praktis Membuat Media Tanam Organik Untuk Menanam Sayuran Dalam Pot Atau Polybag*.
- Rusdiyana, M.Cahyadi, A. Pramono, A. W. B. (2020). Partisipasi Petani dalam Pelatihan Pembuatan Pupuk Organik Berbasis Kotoran Sapi di Desa Kaliboto. *Jurnal Qardhul Hasan. Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, (6) 2, 127–133.
- Stanton, W. . (1978). *Fundamental of Marketing*. McGraw Hill Book Company Inc.
- Sucipta, I. N., Suriasih, K., & Kenacana, P. K. D. (2017). Pengemasan pangan kajian pengemasan yang aman, nyaman, efektif dan efisien. *Udayana University Press*, 1–178.
- Sucipto, S., Andriyanto, T., Nadliroh, K., Bhima P, A., Indrajaya, D., & Mustofa, M. A. (2019). Pelatihan Pengemasan Dan Penyuluhan Pembuatan Pupuk Kompos: Desa Pusharang. *Jurnal Terapan Abdimas*, 4(1), 13. <https://doi.org/10.25273/jta.v4i1.3801>
- Tarigan, D. M., Alqamari, M., & Alridiwirisah. (2017). *Budidaya Tanaman Obat & Rempah*.
- Tulusan, G, M, Fenny. dan Londa, Y, V. (2014). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan Di Desa Lolah Ii Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 1, 92–105.