

Branding Pemasaran Produk Pupuk Organik Kelompok Tani Makmur Kabupaten Klaten

Astuti Yuli Setyani ^{1*}, Purwanto ²

¹ Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana

² Program Studi Desain Produk, Fakultas Arsitektur dan Desain,
Universitas Kristen Duta Wacana

* astutiys@staff.ukdw.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini merupakan kelanjutan dari program tahun 2024 yang berfokus pada Kelompok Tani Makmur di Desa Ngemplak, Kalikotes, Klaten. Setelah sukses mendampingi anggota kelompok dalam penguasaan teknis pengolahan pupuk organik, PkM tahap ini diarahkan untuk mengatasi tantangan berikutnya: peningkatan pendapatan melalui *branding* dan strategi pemasaran produk. Fokus utama pengabdian adalah menciptakan nilai jual tambah bagi produk pupuk organik. Kegiatan ini mencakup pendampingan intensif dalam desain merek dagang, perancangan kemasan yang menarik (dengan variasi ukuran 5 kg, 10 kg, dan 25 kg), serta implementasi strategi pemasaran terpadu. Anggota kelompok menerima pelatihan langsung dari ahli desain produk untuk menghasilkan kemasan plastik yang estetik dan profesional. Selanjutnya, strategi pemasaran dirancang dengan tujuan ganda: memperluas jangkauan pasar dan mengakselerasi penjualan. Untuk mencapai ini, anggota kelompok dilatih secara komprehensif dalam pemasaran digital (*online*) menggunakan media sosial. Strategi ini diperkuat dengan penguatan jaringan pemasaran konvensional (*offline*) melalui sistem konsinyasi (titip jual) ke toko-toko tanaman hias dan sarana pertanian. Melalui sinergi antara kualitas produk yang terjamin dan kemasan yang menarik serta strategi pemasaran yang efektif, PkM ini bertujuan mulia untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi peternak. Diharapkan produk pupuk organik Kelompok Tani Makmur tidak hanya berkualitas tetapi juga mampu bersaing dan menjadi pilihan utama konsumen, sehingga memberikan kontribusi nyata terhadap penambahan penghasilan anggota kelompok.

Kata Kunci: *branding, pemasaran, design, pupuk, organik*

Pendahuluan

Peningkatan kesejahteraan petani di wilayah pedesaan merupakan salah satu fokus utama pembangunan nasional (Minardi & Suryono, 2018). Di Desa Ngemplak, Kalikotes, Klaten, terdapat Kelompok Tani Makmur yang mayoritas anggotanya adalah peternak sapi dan kambing. Kelompok ini memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, khususnya kotoran hewan (pupuk kandang), yang belum terkelola secara optimal untuk meningkatkan pendapatan.

Selama ini, kotoran ternak tersebut hanya dijual dalam volume besar (per bak mobil colt) dengan harga yang sangat murah, atau bahkan seringkali hanya diberikan kepada tetangga tanpa nilai ekonomis. Melihat potensi ini, program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tahap awal telah dilaksanakan pada tahun 2024. Program tersebut berhasil memberikan pelatihan dan pendampingan kepada anggota kelompok mengenai teknik pengolahan pupuk kandang menjadi pupuk organik yang lebih subur dan berkualitas. Keberhasilan PkM tahun 2024 telah membawa Kelompok Tani Makmur ke tahap baru: mereka kini memiliki produk yang berkualitas. Namun, kepemilikan produk unggul saja tidak menjamin peningkatan pendapatan (Subekti, 2015). Muncul kesenjangan baru antara kemampuan produksi dan kemampuan komersialisasi. Produk yang dihasilkan belum memiliki identitas dan strategi pemasaran yang memadai untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Program PkM lanjutan di tahun 2025 ini dirancang untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Berdasarkan observasi dan diskusi dengan mitra, teridentifikasi beberapa permasalahan mendesak yang dihadapi Kelompok Tani Makmur adalah minimnya Kemampuan *Branding* dan Pengemasan: Anggota kelompok belum memiliki pengetahuan untuk menciptakan *branding* dan merk dagang yang kuat serta mudah dikenal konsumen. Selain itu, mereka belum mampu membuat desain kemasan yang menarik dan fungsional untuk melindungi produk serta menarik minat beli. Di era teknologi saat ini, anggota kelompok belum bisa memanfaatkan *smartphone* (HP) untuk pemasaran *online* sehingga menjadi keterbatasan keterampilan pemasaran digital bagi anggota. Mereka belum memiliki akun media sosial untuk penjualan dan tidak memahami cara mengoperasikannya secara efektif untuk promosi. Selain itu, belum Adanya Standarisasi Kemasan. Rencana untuk mengemas produk dalam berbagai ukuran (misalnya 5 kg, 10 kg, dan 15 kg) untuk menjangkau segmen pasar yang berbeda belum dapat terealisasi karena keterbatasan pengetahuan teknis pengemasan (menggunakan karung dan plastik). Dan terakhir, kebutuhan pendampingan berkelanjutan sangat diperlukan motivasi dan pendampingan yang konsisten agar anggota kelompok tetap semangat memproduksi dan berani memulai proses penjualan, sehingga transisi dari peternak menjadi wirausahawan produk pupuk organik dapat berjalan lancar.

Menindaklanjuti permasalahan tersebut, PkM ini bertujuan untuk memberikan solusi aplikatif dalam bentuk pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan intensif. Secara spesifik, tujuan dari pengabdian ini adalah Memberikan pelatihan dan praktik pembuatan desain merek dagang (*branding*) yang representatif dan mudah diingat. Melatih anggota kelompok untuk membuat dan memproduksi kemasan produk (menggunakan karung dan plastik) dalam berbagai ukuran (5 kg, 10 kg, 15 kg) yang menarik dan aman. Memberikan pelatihan komprehensif mengenai pemasaran *online*, mulai dari pembuatan akun di media sosial hingga cara mengoperasikan promosi dan penjualan menggunakan *smartphone*. Melakukan pendampingan secara berkelanjutan untuk memotivasi anggota agar dapat secara mandiri memproduksi dan memasarkan produk pupuk organiknya.

Melalui kegiatan ini, diharapkan produk pupuk organik Kelompok Tani Makmur dapat memiliki nilai jual yang lebih tinggi, jangkauan pasar yang lebih luas, dan pada akhirnya mampu memberikan tambahan penghasilan yang signifikan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga anggota.

Metode Pelaksanaan

Mitra pengabdian berasal dari para anggota kelompok Tani Makmur yang berlokasi di Desa Ngemplak, Kecamatan Kalikotes, Kabupaten Klaten. Pelaksanaan dilakukan mulai bulan Mei 2025 hingga September 2025. Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra Kelompok Tani Makmur, program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini akan dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan Penyuluhan Partisipatif, Pelatihan Intensif, Praktik Langsung, dan Pendampingan Berkelanjutan. Metode ini dirancang agar terjadi transfer ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang aplikatif dari tim pengabdian kepada mitra. Pengembangan IPTEK ini difokuskan pada aspek *branding* dan pemasaran digital, dengan melibatkan narasumber yang kompeten di bidangnya, yaitu dosen dari program studi Desain Produk dan Akuntansi. Pelatihan dan Praktik *Branding* (Identitas Produk) berfokus pada penciptaan identitas visual produk. Kegiatan yang dilakukan meliputi Penyuluhan dan Pelatihan, Praktik Desain, dan Dokumentasi. Kemudian, Pelatihan dan Praktik Pemasaran Digital membekali mitra dengan keterampilan teknis pemasaran *online* agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas (tidak terbatas di tingkat kecamatan, namun hingga kabupaten dan nasional). Rincian kegiatannya adalah Pelatihan Fotografi Produk dan Praktik Pemasaran *Online*. Program pengabdian tidak berhenti setelah pelatihan selesai. Tahap akhir ini krusial untuk memastikan keberlanjutan dengan melakukan pendampingan intensif, evaluasi program, dan tindak lanjut.



Gambar 1. Foto Kondisi Kandang dan Pembuatan Pupuk

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan telah dilaksanakan oleh pengabdian mulai Mei 2025 dengan mitra anggota kelompok Tani Makmur di Desa Ngemplak Kecamatan Kalikotes. Jumlah partisipan yang hadir sebanyak kurang lebih 15 anggota. Anggota kelompok sangat antusias dan banyak bertanya dalam pelatihan ini.



Gambar 2. *Proses Pemaparan dan Motivasi ke Anggota Kelompok*



Gambar 3. *Praktik Pembuatan Pupuk*

Untuk mengatasi permasalahan anggota kelompok seperti: kemasan, branding, dan pemasaran daring, pendampingan dan pelatihan intensif. Program ini dapat dipecah menjadi beberapa tahap.

Pelatihan Motivasi Anggota Kelompok

Tim pengabdian telah memberikan beberapa motivasi kepada anggota Kelompok Tani Makmur. Motivasi yang diberikan mengenai motivasi berwirausaha. Hal ini dilakukan agar bapak-bapak mempunyai semangat untuk berwirausaha sehingga bisa menambah penghasilan. Bapak-bapak diberikan motivasi mengenai kiat-kiat berwirausaha. Adanya motivasi berwirausaha berhasil memotivasi anggota Kelompok Tani Makmur untuk mempertahankan usahanya dan termotivasi untuk meningkatkan kinerja usahanya. Motivasi yang dilakukan dengan menjelaskan jika produk sudah dibuat dapat dikemas dengan baik dan bisa dijual sehingga bisa menambah penghasilan. Pemberian motivasi ini

masih perlu pendampingan dan motivasi berkala agar dalam memproduksi pupuk organik/kandang bisa berjalan dan bisa memasarkan produknya. Memang dalam pengabdian ini belum sampai dalam hal pelatihan bagaimana cara memasarkan produknya.

Pelatihan Kemasan Produk

Kemasan sangat penting dalam pemasaran suatu produk (Asmarawati, 2023). Pelatihan tentang desain kemasan yang menarik, informatif, dan fungsional. Pengabdi memperkenalkan berbagai jenis bahan kemasan yang terjangkau namun berkualitas. Kelompok diajak untuk berkreasi dengan kemasan yang mencerminkan identitas produk lokal mereka. Kemasan di sini dapat diartikan tidak hanya sebagai wadah, tetapi juga alat pemasaran yang kuat. Kemasan yang baik dapat melindungi produk dari kerusakan (misalnya, terkena air atau robek), menambah kepercayaan konsumen, meningkatkan harga jual produk, dan membuat produk mudah dikenal. Pengabdi mengajak anggota kelompok untuk merancang kemasan dengan tiga prinsip utama, yaitu: Informatif, Fungsional, dan Menarik.

Desain yang Informatif

Kemasan pupuk harus bisa menjawab pertanyaan dasar calon pembeli (Ratriyanto, 2019). Nama Produk dan Merek diusahakan pilih nama yang mudah diingat, misalnya "Pupuk Tani Makmur" atau "Pupuk Kita". Kandungan Pupuk perlu menyebutkan bahan-bahan utama secara jelas, misalnya, "pupuk organik dari kotoran kambing" atau "pupuk kompos dari daun dan ranting". Kemudian menjelaskan manfaat dan Keunggulan apa saja, seperti "menyuburkan tanah", "mempercepat pertumbuhan tanaman," atau "membuat buah lebih lebat". Petunjuk Penggunaan perlu memberi panduan yang jelas, misalnya "campurkan 1 genggam pupuk dengan tanah, dll. Serta, pemberian *Tagline* yang menarik, seperti "Kembali ke Alam, Tumbuh Lebih Subur". Setelah melalui diskusi dan masukan dari anggota kelompok serta pengabdi, maka dipilihlah nama "SUBUR ALAMI". Nama ini dipilih karena pupuk yang dihasilkan dapat memberikan manfaat untuk kesuburan tanah secara alami.

Desain yang Fungsional

Desain yang fungsional berfokus pada aspek teknis yang praktis dan sesuai untuk pupuk. Bahan Kemasan menggunakan bahan yang kuat dan tahan air, seperti karung plastik atau tas kemasan yang tebal. Ini penting agar pupuk tidak rusak oleh kelembapan. Ukuran dan Berat: Sediakan kemasan dengan berbagai ukuran (misalnya, 1 kg, 5 kg, atau 10 kg) untuk memenuhi kebutuhan pembeli yang berbeda. Kemudahan Penyimpanan: Desain kemasan agar mudah ditumpuk dan disimpan tanpa mengambil banyak ruang. Anggota kelompok dan pengabdi sepakat untuk desain, harus mencantumkan komposisi, cara penggunaan, cara menyimpan dan informasi lainnya.

Desain yang Menarik

Meski produknya pupuk, kemasan tetap bisa dibuat menarik dengan cara sederhana. penggunaan warna yang cerah dan alami seperti hijau, coklat, atau kuning untuk menunjukkan produk yang ramah lingkungan dan alami. Pengabdi menambahkan gambar

tanaman yang sehat atau logo sederhana. Dan terakhir, menggunakan stiker atau label yang dicetak dengan rapi dan ditempelkan dengan baik. Ini adalah cara paling mudah untuk meningkatkan tampilan kemasan tanpa biaya besar.



Gambar 4. Logo Pupuk “Subur Alami”

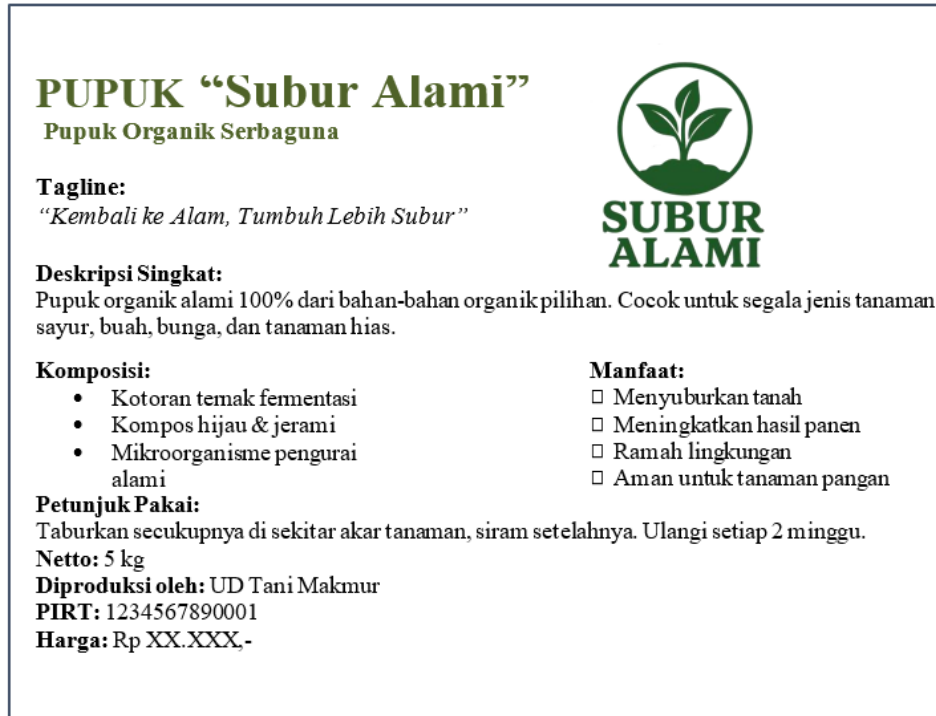
Pelatihan akan efektif karena ada praktik langsung. Peserta diajak melakukan hal-hal Analisis Kemasan. Pengabdi menunjukkan contoh kemasan pupuk dari merek lain (yang sudah bagus dan yang kurang baik). Kemudian dibahas bersama mengapa satu kemasan lebih menarik dari yang lain. Dalam hal penyusunan konten, pengabdi meminta setiap anggota atau kelompok kecil untuk menyusun daftar informasi yang akan mereka cantumkan pada kemasan pupuk mereka sendiri. Pengabdi menyediakan bahan-bahan sederhana seperti karung kecil, kertas, spidol, dan stiker. Kemudian meminta anggota kelompok untuk membuat contoh kemasan (prototipe) untuk produk mereka sendiri. Ini akan membantu mereka memvisualisasikan ide-ide yang sudah dibahas.

Pendampingan Branding dan Merek Dagang

Pengabdi membantu kelompok dalam menentukan nama merek yang unik dan mudah diingat, serta membuat logo yang sederhana namun bermakna. Namun, sebelumnya menjelaskan pentingnya konsistensi dalam penggunaan merek pada setiap produk dan materi promosi. Memilih nama merek untuk produk pupuk sangat penting karena nama tersebut akan menjadi identitas dan pembeda dari produk lain di pasaran. Nama yang baik akan mudah diingat dan membangun kepercayaan konsumen. Berikut adalah beberapa langkah dan tips untuk membantu kelompok dalam menentukan nama merek yang unik dan mudah diingat.

Sebelum mulai memikirkan nama, tentukan dulu nilai inti dan identitas produk pupuk. Beberapa hal yang perlu diperhatikan sebelum menentukan identitas merek. Apa keunggulan utama pupuk, (misalnya, ramah lingkungan, meningkatkan hasil panen secara signifikan, khusus untuk tanaman tertentu). Menentukan target pasar penjualan pupuk (petani kecil, hobiis tanaman rumahan, atau perusahaan perkebunan besar).

Pengabdian membuat kata-kata yang relevan dengan produk pupuk dengan memisahkan kata-kata tersebut ke dalam beberapa kategori untuk memudahkan. Dari pemaparan peneliti terhadap anggota kelompok dipilihlah beberapa label dan konten yang akan ditampilkan dalam kemasan pupuk.



Gambar 5. Design Kemasan Pupuk

Pelatihan Pemasaran Digital

Salah satu tren yang wajib kita ketahui sebagai usahawan dalam pemasaran produk adalah pemasaran *digital marketing*. *Digital marketing* adalah strategi untuk mendapatkan konsumen dengan memanfaatkan berbagai perangkat (tools) digital berbentuk fisik maupun non-fisik. *Digital marketing* dapat merupakan media baru bagi pelaku usaha agar dapat mengikuti arus digitalisasi. Dengan adanya *digital marketing*, diharapkan usaha kita tidak kalah saing dengan produk lainnya dan dapat memperluas pasar. Strategi *digital marketing* yang akan diterapkan di Kelompok Tani Makmur adalah aktivasi media sosial. Sosialisasi dilakukan dengan memaparkan materi mengenai makna dari *digital marketing*, kelebihan, serta beberapa contoh usaha UMKM lain yang sudah berhasil menerapkan *digital marketing*. Setelah itu, anggota kelompok Tani Makmur diberi pelatihan mengenai bagaimana mengaktifkan beberapa aplikasi digital seperti Whatsapp, Instagram, dan Facebook. Kemudian, anggota diberi arahan mengenai pembuatan konten promosi produk seperti merek, foto, video, dan poster. Selanjutnya, anggota akan diajarkan untuk membuat konten/postingan yang menarik dengan memperhatikan teknik-teknik yang perlu diperhatikan. Teknik-teknik tersebut misalnya dalam pengambilan gambar atau video, pemilihan warna, dan mendesain tampilan postingan. Dalam pengambilan gambar, diusahakan produk dapat terlihat dengan jelas dan menarik minat pembeli. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada saat mengambil gambar dan video adalah dari angle atau sudut pandang, *background*, pencahayaan, *framing* dan perspektif. Perlu diketahui, bahwa

konsistensi *upload* sangat diperlukan dalam *digital marketing*. Konsistensi *upload*, diharapkan pembeli menjadi semakin familiar dan tertarik dengan produk yang dihasilkan. Dalam penggunaan *digital marketing*, terdapat beberapa kelebihan yang dimiliki. Media sosial yang dapat digunakan yaitu Whatsapp, Instagram, dan Facebook. Kegiatan perlu dilakukan yaitu *branding* produk. *Branding* produk dilakukan dengan pemberian nama gabungan usaha produk yang dijalankan.

Kami mengajarkan cara membuat dan mengelola akun media sosial (seperti Instagram, Facebook, atau TikTok) yang efektif untuk promosi. Berikan panduan langkah demi langkah tentang cara mengambil foto produk yang baik menggunakan HP, membuat deskripsi yang menarik, dan berinteraksi dengan pelanggan secara daring. Pemasaran produk adalah proses yang melibatkan kegiatan promosi dan pemasaran produk kepada konsumen potensial dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek, minat dan keinginan untuk membeli produk tersebut. Dalam pemasaran, anggota kelompok Tani Makmur belum melakukan pemasaran produk sehingga belum menjual produk mereka. Untuk itu, masih diperlukan pendampingan dalam hal pemasaran. Selain itu, perlu dilakukan pendampingan kembali mengenai pemasaran secara digital atau biasa disebut *digital marketing*. *Digital marketing* digunakan penjual sebagai sarana media yang baru agar dapat mengikuti arus digitalisasi dan dapat menjangkau semua kalangan masyarakat (Setyani, 2023). Memasarkan produk pupuk melalui media sosial bisa menjangkau lebih banyak petani dan konsumen. Berikut adalah panduan langkah demi langkah untuk membuat dan mengelola akun media sosial yang efektif untuk produk pupuk.

Pengabdian mengajak menentukan tujuan dan target audiens. Anggota menentukan kelompok ingin menjangkau petani skala besar, petani rumahan, atau hobiis tanaman. Tipe konten yang dibuat akan berbeda-beda. Contoh ide konten seperti konten edukasi, dengan membagikan tips dan trik berkebun, cara menggunakan pupuk dengan benar, atau info tentang jenis tanah. Ini membangun kepercayaan dan posisi Anggota Kelompok sebagai ahli. Tampilkan foto atau video "sebelum dan sesudah" dari tanaman yang menggunakan pupuk kita. Ini adalah bukti visual yang sangat meyakinkan. Bagikan cerita sukses dari petani atau pengguna yang sudah merasakan manfaat produk Anggota Kelompok. Ajak pengikut untuk bertanya tentang masalah tanaman mereka. Buat kuis atau polling tentang praktik berkebun.

Fokus pada platform yang paling banyak digunakan oleh target audiens Anggota Kelompok. Untuk produk pupuk, Facebook dan Instagram adalah pilihan yang bagus karena visualnya. Setiap platform media sosial memiliki karakteristiknya sendiri. Pada platform Instagram, fokus pada visual. Gunakan foto dan video berkualitas tinggi, tampilkan tanaman yang sehat, pengemasan produk yang menarik, dan proses pemakaian pupuk. Manfaatkan fitur Instagram Stories untuk interaksi ringan, Reels untuk video pendek tips berkebun, dan Carousel untuk konten edukasi (contoh "5 Langkah Tanaman Subur"). Penggunaan Hashtag juga membantu menyebarkan informasi dan memudahkan pencarian. Tambahkan hashtag yang relevan seperti #PupukOrganik, #PetaniMuda, #KebunRumah, #HidroponikIndonesia untuk menjangkau audiens yang tepat. Pada platform Facebook, kami membuat halaman bisnis. Halaman Bisnis Facebook memiliki fitur untuk iklan, analisis data, dan interaksi yang lebih profesional. Posting foto, video, artikel blog, atau bahkan live video saat Anggota Kelompok berada di ladang. Cari grup-grup Facebook tentang pertanian atau berkebun. Berikan jawaban atas pertanyaan yang

relevan (tanpa terlalu promosi) untuk membangun kredibilitas. Sedangkan untuk Platform Tiktok, anggota dapat membuat video pendek dan menarik. Membuat video singkat yang menghibur dan informatif. Contohnya, video 15 detik tentang "Rahasia Tanaman Berbuah Lebat." Kemudian dapat menambahkan Musik Populer, Musik di TikTok sangat penting untuk menarik perhatian. Gunakan musik yang sedang tren. Dan terakhir, kita harus mengikuti tren. Perhatikan tren di TikTok dan buat konten yang relevan dengan tren tersebut.

Monitoring dan Evaluasi

Melakukan Monitoring dan evaluasi selama 8 bulan, hal ini merupakan tindak lanjut dari pengabdian agar mengetahui perkembangan dari usaha mitra. Melakukan evaluasi sebagai upaya memperbaiki program yang akan dilakukan tahun berikutnya.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bersama kelompok Tani Makmur Desa Ngemplak, Kecamatan Kalikotes sejak April 2025 telah berjalan dengan baik dan mendapat respons positif dari para anggota. Dengan jumlah peserta sekitar 15 orang, kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran kelompok tani dalam aspek kemasan produk, branding, dan pemasaran digital. Beberapa poin penting yang dicapai adalah:

1. Pelatihan Kemasan Produk

Anggota kelompok memahami pentingnya kemasan yang informatif, fungsional, dan menarik. Peserta juga telah mencoba merancang prototipe kemasan sederhana dengan memuat informasi lengkap, desain yang kuat, serta tampilan visual yang menarik agar produk lebih kompetitif di pasar.

2. Pendampingan Branding dan Identitas Produk

Kelompok berhasil memilih nama merek "Subur Alami – Pupuk Organik Serbaguna" dengan tagline "Kembali ke Alam, Tumbuh Lebih Subur". Identitas merek ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, sekaligus membedakan produk mereka dari pupuk lain di pasaran.

3. Pemasaran Digital

Peserta mendapatkan pemahaman mengenai strategi digital marketing melalui media sosial (Facebook, Instagram, dan TikTok). Dengan memanfaatkan konten edukasi, testimoni, serta dokumentasi hasil nyata dari penggunaan pupuk, kelompok tani kini memiliki bekal untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini mampu meningkatkan kapasitas dan kemandirian kelompok Tani Makmur dalam memasarkan produk pupuk organik mereka. Melalui kemasan yang lebih baik, branding yang kuat, serta strategi pemasaran digital yang efektif, diharapkan produk Pupuk Subur Alami dapat dikenal luas, memiliki daya saing, dan memberikan manfaat ekonomi berkelanjutan bagi anggota kelompok maupun masyarakat sekitar.

Ucapan Terimakasih

Pengabdi mengucapkan terimakasih kepada mitra Kelompok Tani Makmur Desa Ngemplak, Kalikotes, Klaten dan Universitas Kristen Duta Wacana yang telah mendukung dana.

Referensi

- Asmarawati, S. G. (2023). Pendampingan penentuan harga pokok produksi serta harga jual minuman serbuk pada Kelompok Wanita Tani Makmur. *Madaniya*, 4(4).
- Minardi, S., & Suryono. (2018). Pengelolaan pupuk kandang sapi dalam rangka meningkatkan mutu di Desa Jetis, Kecamatan Sambirejo, Kabupaten Sragen. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*.
- Ratriyanto, A., Widyawati, S. D., Suprayogi, W. P. S., & dkk. (2019). Pembuatan pupuk organik dari kotoran ternak untuk meningkatkan produksi pertanian. *Jurnal SEMAR*, 8(1), 9–13.
- Setyani, A. Y. (2023). Pendampingan diversifikasi dan pemasaran produk minuman herbal pada Kelompok Wanita Tani Makmur. *Sendimas 2023*.
- Setyani, A. Y., & Kuku. (2024). Pendampingan pengolahan pupuk organik untuk menambah penghasilan Kelompok Tani Makmur di Kabupaten Klaten. *Sendimas 2024 Soegiya Pranata*. Semarang.
- Subekti, K. (2015). *Pembuatan kompos dari kotoran sapi (komposting)*. Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.