

Penerapan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Visibilitas Produk POC Biourine dari Hasil Samping Usaha Peternakan Sapi

Mimin Septiani^{1*}, Zakiyah Darajat², Muhammad Arham Yunus³, A Mufhida Rezky Amalia Azzahra Hayat⁴, Fadhil Dwi Syahputra⁵, Gunarya Muhammad Rachman⁶, Muh Fadil Mufli⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Teknik Kimia, Politeknik Negeri Ujung Pandang, Perintis Kemerdekaan KM 10 Makassar, Indonesia.

E-mail: miminseptiani@poliupg.ac.id

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.4006>

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history

Received: 01 Dec 2025

Revised: 07 Dec 2025

Accepted: 13 Dec 2025

Kata Kunci:

Pupuk Organik Cair,
Biourine; E-Commerce,
Pemasaran Digital.

Keywords:

Liquid Organic
Fertilizer, Biourine; E-
Commerce, Digital
Marketing.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan akses pasar produk pupuk organik cair (POC) biourine sebagai hasil samping Usaha peternakan sapi melalui pemanfaatan e-commerce. Mitra merupakan peternak yang memproduksi biourine namun belum memiliki keterampilan dalam pemasaran digital. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan 3P (Persiapan, Pembelajaran, dan Penguatan) yang meliputi sosialisasi, pelatihan pengemasan dan labeling, pelatihan pemasaran berbasis e-commerce dan pencatatan keuangan menggunakan Microsoft Excel, pendampingan pembuatan akun toko online, serta evaluasi dan strategi keberlanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu menghasilkan produk terkemas, serta telah memiliki akun toko pada e-commerce yang mulai digunakan untuk transaksi penjualan. Pemantauan performa toko menunjukkan peningkatan aktivitas pemasaran dan keterlibatan mitra dalam proses penjualan online. Selain itu, kerja sama dengan BumDes dan pembuatan akun media sosial turut memperluas potensi distribusi produk secara lokal maupun digital. Program ini membuktikan bahwa penerapan e-commerce dapat meningkatkan visibilitas produk sekaligus memperkuat kemandirian mitra dalam mengelola usaha produk samping peternakan.

This community service program aimed to enhance the visibility and market reach of liquid organic fertilizer (biourine), a by product of cow farming, through the utilization of e-commerce platforms. The partner, a cattle farmer producing biourine, had limited skills in digital marketing. The program was implemented using the 3P approach, Preparation, Learning, and Strengthening which included socialization, training on product packaging and labeling, e-commerce-based marketing practices, financial recording using Microsoft Excel, assistance in creating an online store account, as well as evaluation and sustainability strategies. The results show that the partner successfully produced properly packaged products and established an online store that has begun to be used for sales transactions. Monitoring of the store's performance indicated increased marketing activity and greater partner engagement in online selling processes. In addition, collaboration with the village-owned enterprise (BumDes) and the development of social media accounts further expanded the potential distribution of the product both locally and digitally. This program demonstrates that the application of e-commerce can significantly improve product visibility while strengthening the partner's independence in managing livestock by product enterprises.



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

How to Cite: Mimin Septiani, et al (2025). Penerapan *E-Commerce* dalam Meningkatkan Visibilitas Produk POC Biourine dari Hasil Samping Usaha Peternakan Sapi, 4(2). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.4006>

PENDAHULUAN

Usaha peternakan sapi tidak hanya berperan dalam mendistribusikan sapi potong dan menghasilkan daging dan susu. Usaha ini juga menghasilkan limbah organik yang berpotensi untuk dimanfaatkan sebagai produk samping (Muzammil et al., 2023). Salah satunya adalah urin sapi.

Sebagian besar peternak masih memandang urin sapi sebagai limbah yang kurang bernilai dibanding dengan feses sapi. Urin sapi belum terkelolah dengan baik sehingga dibuang dan berpotensi mencemari lingkungan (Nugraheni et al., 2024). Salah satu inovasi yang dapat dikembangkan adalah pengolahan urin sapi menjadi pupuk organik cair (POC) biourine yang mampu memberikan manfaat bagi kesuburan tanah dan pertumbuhan tanaman (Ilhamiyah et al., 2021).

Pupuk organik cair terbuat dari pembusukan bahan-bahan organik (Dwisvimiari et al., 2023). POC yang difermentasi dari urin sapi dikenal dengan nama biourine. Urin sapi secara alami mengandung unsur hara yang dibutuhkan bagi tanaman seperti nitrogen, kalium, dan sejumlah unsur mikro lainnya (Ilhamiyah et al., 2021). Bau menyengat dari urin sapi dapat direduksi dengan penambahan rempah-rempah seperti lengkuas, kencur, jahe dan temulawak dalam proses fermentasinya. POC biourine telah banyak digunakan untuk meningkatkan pertumbuhan vegetatif, memperbaiki kondisi tanah, serta mendukung produktivitas tanaman hortikultura dan pangan (Haris et al., 2023).

Perkembangan teknologi digital mendorong masyarakat semakin terbiasa melakukan pembelian secara online, termasuk produk pertanian dan rumah tangga. Platform e-commerce atau *marketplace* memberikan kemudahan akses dan jangkauan pasar yang luas (Ju & Lou, 2024). Dengan meningkatnya tren belanja online, pemasaran POC biourine melalui e-commerce berpotensi memperluas visibilitas produk pada pasar sekaligus meningkatkan daya saing produk.

Mitra pengabdian merupakan pemilik sebuah peternakan sapi yang sebelumnya telah dibekali dengan alat berupa tangki fermentor biourine dan telah mampu memproduksi POC secara mandiri. Namun aspek pemasaran produknya belum berjalan dengan optimal. Masyarakat di sekitar peternakan dihimbau oleh aparat setempat untuk melakukan budidaya sayuran di halaman rumah sehingga sebenarnya terdapat potensi konsumen lokal yang cukup besar. Salah satu tantangan mitra adalah mengenalkan produknya ke Masyarakat khususnya warga sekitar. Selama ini penjualan produk utama berupa sapi potong dan daging masih dilakukan melalui pemasaran konvensional dari mulut ke mulut. Mitra belum memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkan platform digital dan *e-commerce* sebagai media promosi dan penjualan. Akibatnya produk samping berupa Biourine akan membutuhkan upaya untuk mengenalkannya pada pasar lokal maupun digital.

Salah satu tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengembangkan pasar produk POC biourine melalui pemanfaatan teknologi digital. Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi pelatihan pengemasan dan labeling produk Biourine serta pendampingan pembuatan akun dan toko pada platform e-commerce. Selain itu tim pengabdian juga memberikan pelatihan kepada mitra terkait manajemen penjualan online dan pengelolaan keuangan berbasis excel. Pendekatan ini diharapkan dapat membantu mitra meningkatkan visibilitas produk POC biourine, memperluas akses pasar, serta mendukung keberlanjutan usaha pengolahan limbah peternakan menjadi produk samping yang bernilai tambah

METODE

Metode yang digunakan adalah 3P (Persiapan, Pembelajaran dan Penguatan) dengan pendekatan partisipatif. Tahap pelaksanaannya meliputi:

1. Tahap Sosialisasi
Pada tahap ini mitra pengabdian diberikan gambaran tentang potensi produk samping peternakan jika dikelola dengan baik. Mitra pengabdian juga dilibatkan dalam mencari informasi terkait pemanfaatan biourine sebagai pupuk cair organik.
2. Tahap Pelatihan
Pelatihan yang dilakukan terdiri dari pelatihan pengemasan dan labeling produk, menghitung analisa ekonomi sederhana dan penjualan berbasis online
3. Tahap Penerapan
Pada tahap ini, mitra akan dipandu dalam penerapan pembuatan label produk, pembuatan akun e-commerce
4. Tahap evaluasi
Pemantauan sistem pemasaran akan dilakukan dengan dua cara, datang langsung ke lapangan dan komunikasi secara online. Untuk pendampingan secara langsung, direncanakan akan dilakukan diawal proses pengembangan sistem penjualan dan sedangkan pemantauan daring dilakukan pada saat penjualan sudah mulai berjalan.

5. Tahap keberlanjutan

Mitra akan diarahkan untuk membuat kerja sama dengan pihak pemerintah setempat atau Bumdes, sehingga produk yang dihasilkan mendapatkan peluang untuk terdistribusi secara luas. Selain melalui e-commerce, mitra juga dibantu dalam pembuatan akun sosial media yang dapat terintegrasi langsung pada akun e-commerce.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Realisasi dari program pengabdian dibagi menjadi beberapa jenis pelaksanaan kegiatan yaitu:

Pelatihan Pengemasan dan labeling.

Pada pelatihan pengemasan ini mitra diberikan pengenalan tentang jenis-jenis kemasan yang tepat untuk produk cairan. Mitra juga diberikan beberapa kemasan sebagai modal awal dalam mengemas produknya. Kemasan yang digunakan terdiri dari 2 jenis kemasan, yaitu kemasan dengan volume 500 ml dan kemasan dalam bentuk jerigen 1 L.



(a)

(b)

Gambar 1. (a) Demonstrasi pengemasan, (b).Produk Terkemas

Tim mendemonstrasikan cara mengemas produk POC yang telah di panen sebelum memberikan kesempatan kepada mitra untuk melakukan pengemasan secara mandiri. Setelah produk terkemas, tim memberikan penjelasan terkait label yang akan digunakan oleh mitra. Dari hasil pelatihan ini, mitra mengetahui cara mengemas produk Biourine dan menempelkan label pada kemasan produk. Dalam satu sesi pengemasan, mitra dan tim mampu mengemas sebanyak 50 produk dalam kemasan 1 L dan 30 produk dalam kemasan 500 ml.

Pelatihan Pemasaran menggunakan E-commerce

Pada pelatihan ini dilakukan pengenalan e-commerce pada mitra dan memberikan penjelasan tentang beberapa contoh E-commerce yang sedang populer. Mitra juga diajarkan untuk melakukan pengolahan data keuangan menggunakan microsoft Excel, sehingga pencatatan penjualan produknya dapat lebih mudah direkapitulasi.



(a)

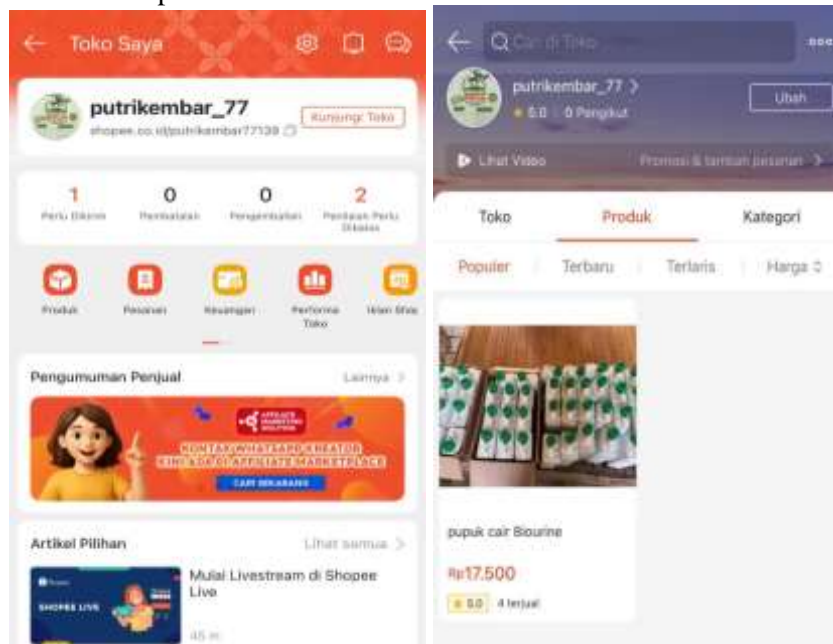
(b)

Gambar 2. (a) Pengenalan E-Commerce, (b) Pelatihan penggunaan Ms.Excel

Dari hasil pelatihan ini, mitra mengetahui fungsi Ms. Excel dalam pencatatan riwayat pembelian atau penjualan. Mitra juga dapat memilih platform yang akan digunakan untuk proses jual beli produk Biourine.

Penerapan E-Commerce dalam pemasaran produk

Setelah dilakukan pelatihan pengenalan e-commerce, mitra didampingi dalam pembuatan akun jual beli di salah satu marketplace.

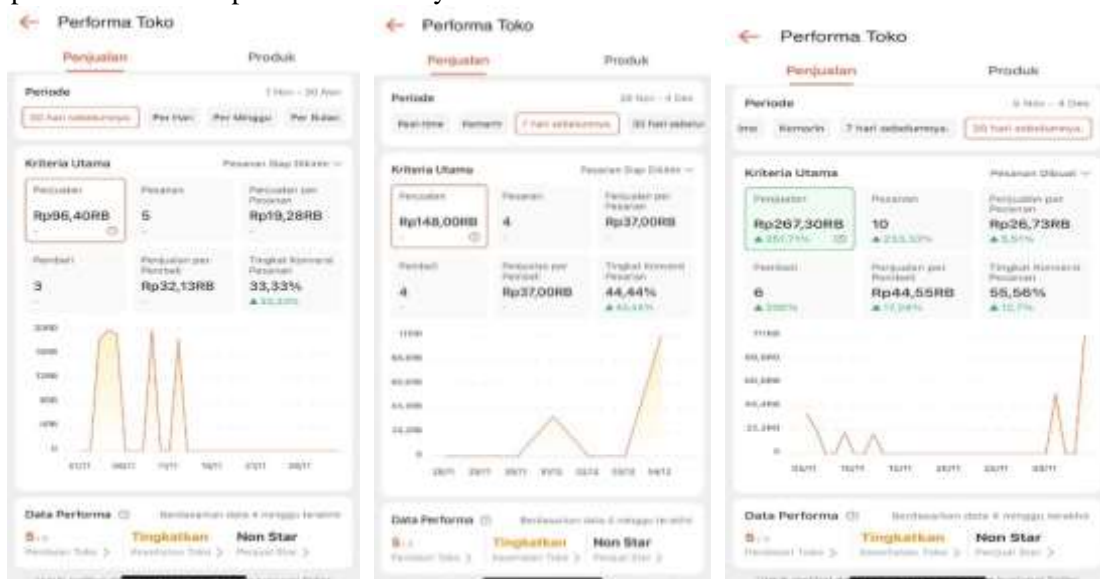


Gambar 3. Akun jual beli mitra pada salah satu E-Commerce

Hasilnya adalah, mitra telah memiliki satu akun dan mulai dapat digunakan untuk proses jual beli produk Biourine.

Pemantauan

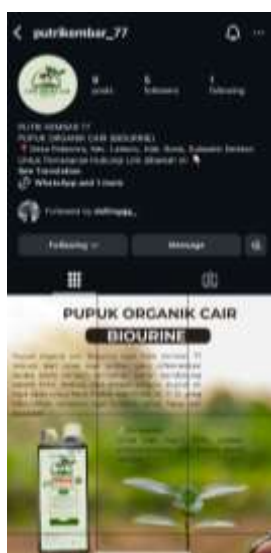
Pelaksanaan penjualan menggunakan e-commerce tetap dipantau oleh tim PKM baik secara daring maupun luring. Mitra dapat melaporkan sementara aktivitas jual belinya dan menyampaikan jika terdapat kendala dalam proses transaksinya.



Gambar 4. Performa toko Mitra selama sebulan terakhir

Keberlanjutan

Keberlanjutan yang diharapkan dari program ini adalah distribusi produk yang lebih luas melalui pengembangan marketplace atau social media, sehingga mitra didampingi dalam pembuatan akun media sosial khusus produk biourin.



Gambar 5. Pengembangan akun media sosial yang terhubung ke *e-commerce*

Selain itu peningkatan aspek pemasaran dapat dilakukan dengan distribusi produk melalui bantuan aparat setempat. Langkah yang dilakukan adalah menjalin nota kesepahaman tentang distribusi produk Biourine.



Gambar 6. Penandatanganan nota kesepahaman dan serah terima produk pada koperasi desa

Melalui jaringan desa, diharapkan produk Biourine mitra dapat terus berproduksi dengan sistem distribusi yang berkelanjutan. Produk mitra dapat dititipkan pada koperasi desa atau BumDes agar lebih muda pemasaran secara lokal.

SIMPULAN

Program pengabdian ini berhasil meningkatkan kemampuan mitra dalam memasarkan produk POC biourine melalui pemanfaatan *e-commerce*. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan membuat mitra mampu melakukan pengemasan dan labeling secara mandiri, memahami pencatatan keuangan sederhana, serta mengoperasikan toko online untuk menjual produknya. Penerapan *e-commerce* terbukti memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan visibilitas produk di masyarakat. Upaya keberlanjutan melalui kolaborasi dengan aparat desa dan pengembangan akun media sosial semakin memperkuat peluang distribusi produk baik secara lokal maupun digital. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi terhadap peningkatan nilai tambah hasil samping peternakan serta mendukung kemandirian mitra dalam pengembangan usahanya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kemdiktisaintek yang telah mendanai kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini melalui program pendanaan kompetitif BIMA 2025. Kepada Usaha Jual Beli Sapi Putri Kembar 77 yang telah berpartisipasi secara aktif sebagai mitra PKM, serta kepada aparaturnya yang telah izin penyelenggaraan program dan membuka ruang kerja sama dalam program pemberdayaan masyarakat.

REFERENSI

- Dwisvimiari, I., Kusumaningsih, R., & Efriyanto, E. (2023). Pembuatan Pupuk Organik Cair (POC). *JILPI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Dan Inovasi*, 1(4), 679–690. <https://doi.org/10.57248/jilpi.v1i4.190>
- Haris, A., Saida, S., Abdullah, A., & Tabrani, T. (2023). Pengaruh Konsentrasi Biourine Sapi Terhadap Pertumbuhan Dan Produksi Tanaman Sawi (*Brassica juncea* L.). *AGROTEK: Jurnal Ilmiah Ilmu Pertanian*, 7(1), 36–45. <https://doi.org/10.33096/agrotek.v7i1.298>
- Ilhamiyah, I., Kinardi, J. A., Yanto, A., & Gazali, A. (2021). Pemanfaatan Limbah Urine Sapi Sebagai Pupuk Organik Cair (Biourine). *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlas*, 7(1), 167–186.
- Ju, D., & Lou, Y. (2024). The Impact of E-commerce on the Sales of Agricultural and Sideline Products. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 17(2), 106–110. <https://doi.org/10.54097/qjjet510>
- Muzammil, M. H., . S., & . Y. (2023). Potensi Pemanfaatan Limbah Kotoran Ternak Sapi Sebagai Pupuk Kompos Ramah Lingkungan. *Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 2(4), 992–996. <https://doi.org/10.47233/jpst.v2i4.1325>
- Nugraheni, R. M., Nugraha, C. P., Dimasadra, W., & Rois, I. (2024). Sumur Resapan Urine Sapi untuk digunakan sebagai Pupuk Cair dan Mencegah Pencemaran Lingkungan. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 5(1), 97–101. <http://mayadani.org/index.php/MAYADANI/article/view/175%0Ahttps://mayadani.org/index.php/MAYADANI/article/download/175/156>