

Inovasi Pemasaran Produk Pupuk AB Mix untuk Mendorong Kewirausahaan Petani Milenial Kota Palangka Raya

Umi Novita Fitriah^{1*}, Hastin Ernawati Nur Chusnul Chotimah¹, Fadhila Aziz¹, Wijantri Kusumadati¹, Marsa Priandini Leluni¹, Enos Jolian Patrio¹, Muhamad Abdul Rahman¹

¹Universitas Palangka Raya, Palangka Raya, Indonesia

umynovita@mipa.upr.ac.id*

| Received: 18/05/2026 |

Revised: 02/06/2026 |

Accepted: 06/06/2026 |

Copyright©2026 by authors. Authors agree that this article remains permanently open access under the terms of the Creative Commons

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan petani milenial melalui inovasi pemasaran produk pupuk AB Mix di Kota Palangka Raya. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah keterbatasan akses terhadap pupuk AB Mix, rendahnya kemampuan produksi mandiri, serta kurang optimalnya strategi pemasaran berbasis digital. Metode yang digunakan meliputi pendampingan produksi pupuk AB Mix, pelatihan desain kemasan dan legalitas produk, serta pelatihan pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace. Kegiatan dilaksanakan selama lima bulan dengan tahapan survei, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam memproduksi pupuk AB Mix yang dinilai dari hasil pre-test dan post-test dengan tingkat ketercapaian sebesar 97,27%. Selain itu, pemahaman mitra terhadap inovasi dan strategi pemasaran usaha hidroponik meningkat hingga 96,10%. Dampak nyata dari kegiatan ini terlihat dari perluasan jangkauan pasar yang kini tidak lagi secara konvensional, melainkan telah merambah platform digital melalui pembuatan toko online dan konten pemasaran yang meningkatkan daya saing produk. Program ini berkontribusi dalam mendorong petani milenial untuk tidak hanya berperan sebagai produsen sayuran hidroponik, tetapi juga sebagai pelaku usaha agribisnis yang mampu memasarkan produk inovatif secara mandiri dan berkelanjutan.

Kata kunci: Pupuk AB Mix; Hidroponik; Pemasaran digital; Petani milenial.

Abstract

This Community Service Program aimed to enhance the entrepreneurial capacity of millennial farmers through marketing innovation of AB Mix fertilizer products in Palangka Raya City. The main problems faced by partners included limited access to AB Mix fertilizer, low independent production capability, and suboptimal digital-based marketing strategies. The methods applied consisted of assistance in AB Mix fertilizer production, training on packaging design and product legality, and digital marketing training using social media and online marketplaces. The results of the

activity showed an increase in partners' knowledge and skills in producing AB Mix fertilizer, as assessed by pre-test and post-test results with an achievement rate of 97.27%. Furthermore, partners' understanding of innovation and marketing strategies for hydroponic businesses increased to 96.10%. The tangible impact of this initiative is evident in the expansion of market reach, which is no longer conventional but has now penetrated digital platforms through the creation of online stores and marketing content that enhances product competitiveness. This program contributes to encouraging millennial farmers to act not only as hydroponic vegetable producers but also as agribusiness entrepreneurs capable of independently and sustainably marketing innovative products.

Keywords: AB Mix fertilizer; Hydroponics; Digital marketing; Millennial farmers.

Pendahuluan

Pertanian merupakan sektor strategis dalam perekonomian Kota Palangka Raya yang berperan penting dalam penyediaan pangan, lapangan kerja, serta sumber pendapatan masyarakat. Salah satu budidaya pertanian modern yang menjanjikan di perkotaan adalah metode hidroponik. Hidroponik merupakan sistem budidaya tanaman yang tidak menggunakan media tanam tanah, melainkan memanfaatkan media air atau media inert lainnya, seperti kerikil dan rockwool (Wibowo, 2021). Metode ini dinilai lebih adaptif terhadap kondisi lingkungan yang berubah, bebas dari ketergantungan pestisida kimia, serta mampu menghasilkan kualitas sayuran yang lebih higienis dengan masa simpan hingga 10 hari (Fitriah et al., 2025; Radinka et al., 2023). Melalui karakteristik tersebut, budidaya hidroponik terbukti mampu menghasilkan kualitas produksi sayuran yang lebih baik sehingga berpotensi meningkatkan omzet penjualan para petani secara signifikan (Karman et al., 2022).

Sebagai sistem budidaya berbasis air, keberhasilan hidroponik sepenuhnya bergantung pada suplai hara buatan. Dalam konteks ini, pupuk AB Mix memegang peran yang sangat vital sebagai sumber nutrisi utama yang menyediakan unsur hara makro dan mikro secara seimbang. Larutan ini terbuat dari kombinasi Stok A Mix yang kaya akan unsur NO_3^- dan NH_4^+ , unsur P dalam bentuk H_2PO_4^- , HPO_4^- atau PO_4^{3-} , unsur K dalam bentuk K^+ dan unsur Ca dalam bentuk Ca^{2+} serta Stok B Mix yang mengandung Mg dalam bentuk Mg^{2+} , unsur S dalam bentuk SO_4 , unsur mikro dalam bentuk FeSO_4 , dan unsur mikro penting lainnya (Samanhudi dan Harjoko, 2010; Ariananda et al., 2020). Setiap komoditas tanaman membutuhkan konsentrasi larutan AB Mix yang presisi. Kekurangan nutrisi dapat menurunkan produktivitas secara drastis, sementara kelebihan nutrisi dapat menghambat pertumbuhan sekaligus meningkatkan biaya produksi. Oleh karena itu, jaminan ketersediaan pupuk AB Mix yang berkualitas menjadi prasyarat mutlak dalam usaha tani hidroponik.

Namun pada realitasnya, sektor budidaya tanaman hidroponik di Palangka Raya saat ini menghadapi tantangan besar terkait keterbatasan akses logistik terhadap pupuk AB Mix komersial. Kelangkaan distributor di pasar lokal memaksa para pembudidaya untuk mendatangkan pupuk ini dari luar kota melalui platform e-commerce. Proses pemesanan antar-daerah ini memerlukan waktu pengiriman yang lama sehingga sering kali menghambat kontinuitas produksi akibat risiko keterlambatan suplai nutrisi. Selain mengancam kesehatan tanaman, ketergantungan pada pasokan dari luar daerah tersebut juga membengkakkan biaya operasional akibat tingginya ongkos logistik. Masalah ini diperparah oleh rendahnya pemanfaatan

teknologi dan inovasi, tidak hanya dalam aspek kemandirian produksi pupuk, tetapi juga dalam strategi pemasaran produk hilir hidroponik.

Hingga saat ini, sistem pemasaran produk hidroponik dan sarana produksinya di Palangka Raya masih berjalan secara konvensional, bergantung pada interaksi tatap muka dan pasar lokal. Ketiadaan akses terhadap marketplace serta belum dimanfaatkannya media sosial sebagai media promosi membuat jangkauan pasar pelaku usaha menjadi sangat terbatas, sehingga potensi keuntungan bisnisnya belum tergali secara optimal. Padahal, potensi komersialitas sektor ini sangat terbuka lebar jika digerakkan oleh kalangan petani milenial. Di tengah era digital, pemanfaatan platform digital dan strategi pemasaran berbasis teknologi informasi seharusnya dapat menjadi jembatan bagi para petani muda untuk mengembangkan kewirausahaan agribisnis secara mandiri dan kompetitif.

Kondisi tersebut secara nyata dialami oleh Kelompok Tani Hidrotek Pangan Mandiri, sebuah kelompok tani yang berbasis di Kelurahan Panarung, Kota Palangka Raya. Kelompok ini beranggotakan dua puluh (20) orang yang rata-rata merupakan petani milenial yang menjadikan budidaya sayuran hidroponik sebagai mata pencaharian utamanya. Sebagai generasi muda, anggota kelompok ini sebenarnya memiliki keunggulan inheren dalam literasi digital, daya adaptasi terhadap teknologi, serta minat tinggi terhadap inovasi. Namun, potensi tersebut masih terhambat oleh keterbatasan keterampilan teknis dalam memformulasi nutrisi secara mandiri, serta minimnya akses terhadap pelatihan kewirausahaan, pengembangan produk, branding, hingga strategi pemasaran digital yang efektif.

Berdasarkan analisis situasi di atas, dipandang perlu memberikan intervensi berupa pendampingan produksi pupuk AB Mix mandiri (self-mixing) sekaligus strategi branding produk pada Kelompok Tani Hidrotek Pangan Mandiri. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dirancang sebagai solusi konkret untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok tani guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka. Melalui program ini, tim pelaksana berupaya mendorong petani milenial agar tidak hanya bertindak sebagai produsen sayuran, tetapi juga mampu bertransformasi menjadi pelaku agribisnis digital yang mampu memasarkan produk inovatif secara mandiri. Program akan difokuskan pada pelatihan formulasi pupuk AB Mix, pembuatan merek (branding), serta optimalisasi pemasaran digital (media sosial, marketplace, dan content marketing). Melalui pendekatan kolaboratif ini, diharapkan tercipta model pemberdayaan modern dan berkelanjutan yang mampu memberikan nilai tambah ekonomi dan menginspirasi generasi muda di Kota Palangka Raya.

Metodologi Penelitian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kelurahan Pahandut yang bertempat di Jl. Adonis Samad, Perumahan Casadova II Kel. Panarung, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Anggota mitra yang aktif sekitar 20 orang dan anggota yang hadir saat pelatihan adalah 11 orang.

Kegiatan pengabdian meliputi :

- Pendampingan terkait produksi pupuk AB Mix
- Pelatihan pembuatan desain label kemasan dan legalitas produk
- Pelatihan terkait digital marketing

Prosedur Pelaksanaan Pengabdian meliputi

Tahap Pendahuluan

Tahapan ini dilaksanakan pada bulan Juni, tim melakukan survei lokasi pengabdian bertempat di Jl. Adonis Samad, Perumahan Casadova II Kel. Panarung, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah untuk berkoordinasi mengenai rencana kegiatan pengabdian. Survei dilakukan untuk melihat keadaan dan kondisi lokasi pengabdian serta kelompok tani di lokasi pengabdian.

Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam tiga sesi, yakni pada tanggal 24–25 November 2025 dan 30 November 2025.

a. Pendampingan Produksi Pupuk AB Mix

Pendampingan pembuatan pupuk AB Mix dilakukan melalui beberapa tahapan, dimulai dari pengadaan alat dan bahan baku, penyusunan formulasi pupuk (pengenalan jenis dan fungsi unsur hara dalam larutan A dan B, perhitungan kebutuhan nutrisi tanaman, serta praktik pencampuran berdasarkan formulasi yang telah distandardisasi).

b. *Sharing Session* “Inovasi dan Strategi Pemasaran Usaha Hidroponik

Tahapan ini merupakan forum interaktif yang dirancang sebagai wadah transfer pengetahuan (*knowledge sharing*) serta diskusi dua arah antara tim pelaksana akademisi, praktisi agribisnis, dan seluruh anggota Kelompok Tani Hidrotek Pangan Mandiri.

c. Pendampingan dan Pembuatan Label Kemasan Serta Pemasaran Menggunakan Platform Shopee

Pada tahapan ini mitra didampingi dalam pembuatan logo dan kemasan produk serta pengambilan foto dan video untuk pemasaran melalui shopee.

Tahap Evaluasi

Evaluasi pengukuran indikator keberhasilan mitra dinilai berdasarkan hasil pre-test dan post-test selama pelatihan.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini dihadiri oleh 11 orang mitra yang terdiri atas 2 orang perempuan dan 9 orang laki-laki. 11 mitra sasaran ini merupakan anggota Kelompok Tani Hidrotek Pangan Mandiri, Palangka Raya, Kalimantan Tengah. Tahapan kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian ini antara lain pendampingan pembuatan pupuk AB mix, sesi berbagi, dan evaluasi. Pembuatan pupuk AB Mix diawali dengan mengetahui makro dan mikro nutrisi yang dibutuhkan sebagai bahan dasar. Setiap unsur makro dan mikro ditimbang menggunakan timbangan digital sesuai takaran yang sudah ditentukan masing-masing, kemudian dimasukkan ke dalam kantong plastik bening secara terpisah dan disegel dengan sealer untuk menjaga kualitas pupuk. Penyegelan ini berfungsi untuk menghambat uap air masuk, mencegah bubuk menggumpal dan bereaksi, melindungi dari kotoran/debu, anti-tumpah, dan stabil saat pengiriman (jika nanti dijual). Bahan dasar pupuk dibuat sebagai bahan dasar untuk larutan A dan larutan B. Bahan dasar masing-masing dimasukkan ke dalam kemasan aluminium foil agar terhindar dari cahaya, karena beberapa nutrisi sensitif terhadap cahaya. Kemasan aluminium foil tersebut juga disegel menggunakan sealer agar kedap terhadap udara dan air. Selanjutnya, ditempelkan sticker kemasan yang sudah didesain dan dicetak sebelumnya yang menjadi identitas produk dan memberikan informasi produk sekaligus meningkatkan nilai jual dan kepercayaan konsumen.



Gambar 1. Pembuatan pupuk AB Mix

Tahapan selanjutnya adalah sesi berbagi dengan tema “Inovasi dan Strategi Pemasaran Usaha Hidroponik”. Kegiatan dimulai dengan pengisian kuesioner oleh peserta untuk mengetahui pemahaman mereka terkait inovasi dan strategi pemasaran dalam usaha hidroponik.



Gambar 2. Sharing session Inovasi dan Strategi Pemasaran Usaha Hidroponik

Kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan materi terkait Inovasi dan Strategi Pemasaran Usaha Hidroponik yang disampaikan oleh Ibu Selvie Madjedie, owner Epitychia Café, Tabela Sanggam Kebut Kota, dan konsultan perencanaan pada 24 November 2025. Banyak mitra belum mengetahui inovasi dan strategi dalam memasarkan produk atau usaha hidroponik. Selama ini pemasaran hanya sebatas menjual sayuran daun dan hanya dititipkan di warung atau kepada sesama petani.

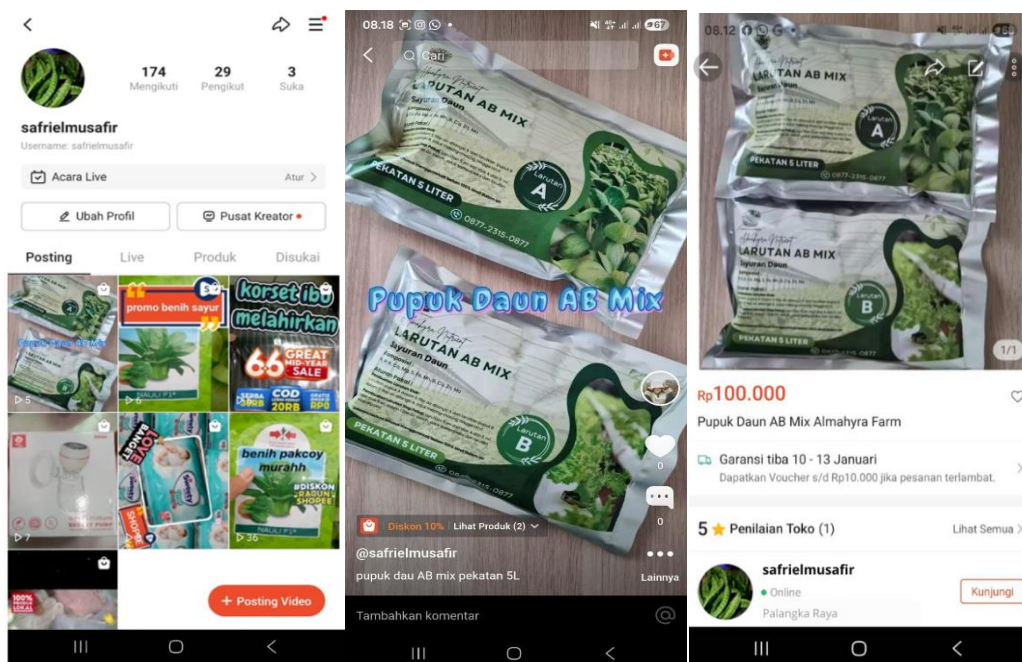
Agenda selanjutnya, mitra didampingi dalam pembuatan logo dan kemasan produk. Langkah strategis ini tidak hanya diterapkan pada produk sayuran hidroponik segar, tetapi juga pada produk pupuk AB Mix racikan mandiri yang berhasil diproduksi oleh kelompok tersebut. Tim pelaksana memberikan edukasi mengenai pemilihan material kemasan yang aman, kedap udara, dan mampu menjaga kualitas produk selama proses pengiriman. Melalui pembuatan logo yang ikonik dan kemasan yang modern, kedua produk hilir Kelompok Tani Hidrotek Pangan Mandiri ini siap didorong ke ranah pemasaran yang lebih luas dengan daya saing yang jauh lebih kuat.

Pelatihan pembuatan pupuk AB Mix ini dapat menjadi bekal dan modal bagi kelompok tani untuk memulai usaha baru di bidang hidroponik. Sharing session inovasi dan strategi

pemasaran usaha hidroponik ini juga membekali ke... strategi yang
 sesuai untuk pemasaran usaha hidroponik secara le...



Gambar 2. Produk Pupuk AB Mix yang sudah dilabeli

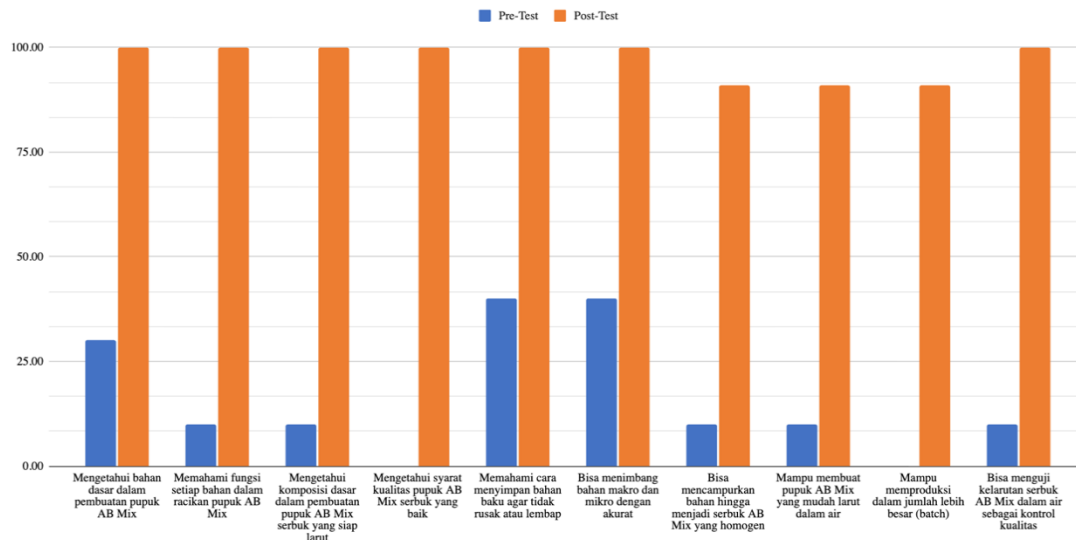


Gambar 3. Pupuk AB Mix yang sudah diposting di toko, dan shopee video Safriel Musafir

Berdasarkan hasil analisis respon umpan balik melalui kuesioner di awal dan akhir saat pendampingan pembuatan pupuk AB Mix menunjukkan adanya peningkatkan pengetahuan mitra terkait pupuk AB Mix. Hasil analisisnya menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Seluruh peserta (100%) mengetahui bahan dasar dalam pembuatan pupuk AB Mix, fungsi bahan dalam racikan, serta syarat kualitas pupuk AB Mix yang baik.

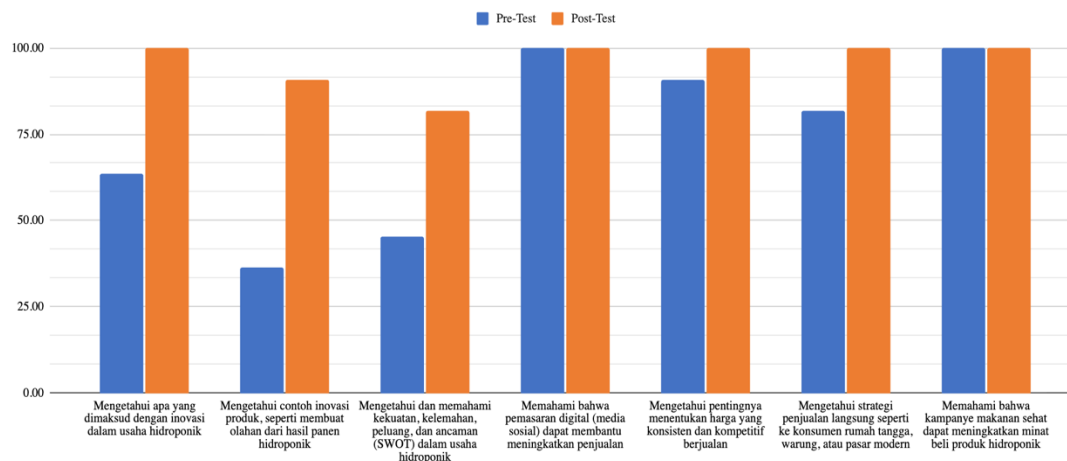
2. Seluruh peserta (100%) memahami cara penyimpanan bahan baku pupuk AB Mix agar tidak rusak, memahami cara menimbang bahan makro dan mikro secara akurat, dan mampu menguji serbuk AB Mix dalam air sebagai kontrol.
3. Sebagian besar peserta (90,91%) bisa mencampur bahan hingga menjadi serbuk AB Mix yang homogen, mampu membuat pupuk AB Mix yang mudah larut dalam air, dan mampu memproduksi pupuk AB Mix dalam jumlah yang lebih besar.



Gambar 3. Hasil Kuis Pra dan Pasca Pendampingan Pembuatan Pupuk AB Mix

Hasil analisis respon umpan balik sharing session menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan mitra terkait inovasi dan strategi pemasaran usaha hidroponik. Hasil analisisnya menunjukkan informasi sebagai berikut:

1. Seluruh peserta (100%) mengetahui apa yang dimaksud dengan inovasi dalam usaha hidroponik, dengan inovasi berupa pengolahan hasil hidroponik, inovasi packaging dan kualitas, dan inovasi dalam pemasaran.
2. Sebagian besar peserta (90,91%) mengetahui contoh inovasi produk, seperti membuat olahan dari hasil panen hidroponik, seperti menjadi olahan makanan sehat (salad sayur), keripik sayur, minuman sehat (jus pakcoy/ selada).
3. Sebagian besar peserta (90,91%) mengetahui dan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dalam usaha hidroponik.
4. Seluruh peserta (100%) memahami bahwa pemasaran digital (media sosial) dapat membantu meningkatkan penjualan, mengetahui pentingnya menentukan harga yang konsisten dan kompetitif berjualan, dan mengetahui strategi penjualan langsung seperti ke konsumen rumah tangga, warung, atau pasar modern.
5. Setelah sharing session, seluruh peserta (100%) merasa lebih mampu menerapkan inovasi dan strategi pemasaran dalam usaha hidroponik.



Gambar 4. Hasil Kuisiener Pra dan Pasca Kegiatan Sharing Session

Tabel 1. Persentase Ketercapaian Indikator Kegiatan

Indikator Capaian	Sebelum	Sesudah
Pengetahuan terkait pembuatan Pupuk AB Mix	16%	97,27%
Pengetahuan Inovasi dan Strategi Pemasaran Hidroponik	74,03%	96,10%

Setelah kegiatan pelatihan dilakukan, peserta diminta kembali mengisi kuesioner pasca pelatihan untuk melihat ketercapaian tujuan kegiatan di akhir pelatihan. Berdasarkan hasil analisis kuesioner pasca-pelatihan, diperoleh bahwa pengetahuan mitra terkait pembuatan pupuk AB Mix dan inovasi, dan strategi pemasaran hidroponik meningkat menjadi 97,27% dan 96,10%.

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas kewirausahaan petani milenial melalui peningkatan signifikan pada pengetahuan produksi mandiri pupuk AB Mix (97,27%) serta pemahaman strategi pemasaran digital (96,10%). Dampak nyata dari kegiatan ini terlihat dari perluasan jangkauan pasar yang kini tidak lagi secara konvensional, melainkan telah merambah *platform* digital melalui pembuatan toko online dan konten pemasaran yang meningkatkan daya saing produk. Sebagai langkah tindak lanjut, direkomendasikan bagi kelompok tani untuk secara konsisten mengaplikasikan teknik formulasi mandiri guna menekan biaya logistik, serta memperluas variasi produk olahan hidroponik yang inovatif. Ke depan, pendampingan lanjutan terkait pengurusan legalitas produk dan sertifikasi resmi mutlak diperlukan guna menjamin keberlanjutan dan perluasan skala usaha agribisnis ini ke pasar yang lebih luas.

Daftar Pustaka

Ariananda, B., T. Nopsagiarti dan M. Mashadi. (2020). Pengaruh pemberian berbagai konsentrasi larutan nutrisi AB mix terhadap pertumbuhan dan produksi selada (*Lactuca sativa* L.) hidroponik system floating. *Jurnal Pengembangan Ilmu Pertanian*, 9(2). 185–195.

- Fahmi, K., Yusnizar, dan Sufardi. (2022). Pengaruh Konsentrasi Larutan Hara AB Mix Terhadap Pertumbuhan Sawi Hijua pada Media Cocopeat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7(1), 677–686.
- Fitriah, U.N., Chotimah, H., Mulyani, R.B., dan Aziz, F. (2025). Pengembangan Wirausaha Kelompok Tani Mushroom Jaya Melalui Budidaya Hidroponik Untuk Pertumbuhan Bisnis Berkelanjutan. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 299–306. <https://doi.org/10.35311/jmpm.v6i1.595>
- Karman, N., Sabahannur, & Amri, A. A. (2022). Peningkatan Kualitas Dan Kuantitas Produksi Sayur Hidroponik Menggunakan Greenhouse. *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 221–228. <https://doi.org/10.35906/resona.v5i2.923>
- Radinka, S., Zuhair, N., Nauli, G., Aulia, N., Munci, C., Dam Yeninta, D. (2023). Peran Mahasiswa dalam Menjaga dan Membudidayakan Tanaman Hidroponik di Jurusan PKK. *Indonesian Journal of Conservation*, 12(1), 24–32. Doi 10.15294/jsiv12i1.40810.
- Wibowo, S. (2021). Aplikasi Sistem Aquaponik Dengan Hidroponik Dft Pada Budidaya Tanaman Selada (*Lactuca Sativa L.*). *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 8(2), 125–133. <https://doi.org/10.32699/ppkm.v8i2.1490>.