

PENDAMPINGAN PENERAPAN DIGITAL MARKETING BERBASIS WEBSITE UNTUK PETERNAK AYAM DI KOTA PAREPARE

Retyana Wahrini^{1*}, Hasbi²

¹ Universitas Negeri Makassar, Indonesia

² Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

*retyana.wahrini@unm.ac.id

Info Artikel

Diajukan: 27/02/2024

Diterima: 08/03/2024

Diterbitkan: 10/03/2024

Keywords:

Digital Marketing, Website, Chicken Farming

Kata Kunci:

Digital Marketing, Website, Peternakan Ayam

DOI:

<http://dx.doi.org/10.33474/penadimas.v2i2.23899>



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2024 Retyana Wahrini, Hasbi

Abstract

Highly developed technology is utilized for various purposes, including by MSMEs. Most people feel that technology has an impact on independence, especially internet use. Utilization of the internet as a means of information technology to carry out business activities for MSMEs. This Community Service Activity aims to provide education through counseling regarding the use of website-based digital marketing as a promotional and marketing medium in the livestock sector in the city of Parepare, South Sulawesi. The method used in this service uses the ABCD method, which provides assistance in implementing website-based digital marketing for chicken farmers in the city of Parepare. The result of this Community Service activity is that mentoring has had a positive impact on chicken farmers in Parepare City in the form of increasing sales, increasing brand awareness, strengthening skills, and improving product quality. In this training, the role of companions is very important in providing support, guidance and motivation for the community. With this community service, people in Parepare City can increase their knowledge about the use of website-based digital marketing as an effective means of promoting and marketing livestock products. The results of the participant evaluation after attending training on the use of website-based marketing media, 100% of participants stated that they strongly agreed with using website-based marketing media for promotional media for chicken farming products. Of the 20 chicken farmer participants who took part in the training, most have understand how to do website-based online marketing.

Abstrak

Teknologi sangat berkembang dimanfaatkan dengan berbagai kegunaan, termasuk oleh para UMKM. Sebagian penduduk yang merasakan bahwa teknologi berdampak pada ketergantungan, terutama penggunaan internet. Pemanfaatan internet sebagai sarana teknologi informasi untuk menjalankan kegiatan usaha pelaku UMKM. Kegiatan PKM memiliki tujuan untuk memberikan sosialisasi dan bimbingan untuk memanfaatkan digital marketing berbasis website sebagai media promosi dan pemasaran pada sektor peternakan di kota Parepare Sulawesi Selatan. Metode yang digunakan pada pengabdian ini menggunakan metode ABCD, dimana melakukan pendampingan penerapan digital marketing berbasis website untuk para peternak ayam di kota Parepare. Hasil dari kegiatan PKM adalah pendampingan telah memberikan dampak positif untuk para peternak ayam di Kota Parepare berupa meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran merk, memperkuat keterampilan, dan meningkatkan kualitas produk. Dalam pelatihan ini, peran pendamping sangat penting dalam memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi bagi Masyarakat. Dengan adanya kegiatan PKM ini diharapkan masyarakat di Kota Parepare khususnya yang memiliki usaha peternakan dapat menambah pengetahuan tentang penggunaan digital marketing berbasis website sebagai sarana promosi dan pemasaran hasil peternakan dengan efektif. Hasil evaluasi dari pelatihan ini meliputi penggunaan media pemasaran berbasis website 100% peserta menyatakan sangat setuju dalam memanfaatkan media pemasaran berbasis website untuk media promosi hasil peternakan ayam. Dari 20 jumlah peserta peternak ayam yang mengikuti pelatihan sebagian besar telah memahami cara pemasaran online berbasis website.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah atau biasa dikenal dengan UMKM merupakan bagian penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM juga dapat membantu negara dalam penciptaan lapangan kerja dan UMKM juga banyak menciptakan unit kerja baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. UMKM merupakan salah satu kegiatan yang dapat meningkatkan pertumbuhan, pergerakan, dan pembangunan ekonomi. UMKM berperan penting terhadap usaha kecil, menengah, dan mikro yang tidak hanya tercermin di negara berkembang, tetapi juga di negara maju. Strategi yang dapat dilakukan UMKM agar dapat lebih maju dan berkembang yaitu melalui strategi pemasaran yang menggunakan metode digital marketing (Soehadi, 2017).

Menurut Ina Primiana, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan empat kegiatan ekonomi utama pendorong pembangunan Indonesia: pengembangan manufaktur, agribisnis, dan ekonomi maritim (Siregar & Jaffisa, 2019). UMKM memegang peranan penting dalam perkembangan perekonomian Indonesia. Peran UMKM adalah membantu mengurangi pengangguran di Indonesia dan memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat yang membutuhkan.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai: a) Usaha mikro adalah usaha produktif milik perseorangan dan/atau perusahaan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini b) Usaha kecil dan menengah adalah suatu usaha mandiri dan produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan atau perusahaan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang suatu perusahaan, tetapi dikendalikan langsung atau tidak langsung oleh perusahaan besar atau menengah c) Usaha kecil dan menengah adalah usaha yang ukuran usahanya tidak terlalu besar, pengelolannya masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, dan pasarnya belum merambah.

Usaha peternakan ayam merupakan salah satu bentuk dari UMKM yang bergerak dalam bidang ternak ayam baik ayam broiler atau pedaging maupun ayam petelur. Rata-rata peternak unggas khususnya di Kota Parepare Sulawesi Selatan saat ini sudah mampu memenuhi kebutuhan daging di Desa Lompoe, namun pengelolannya masih sangat sederhana terutama pada bidang pemasaran dan promosi produk peternak tersebut. Karena usaha kecil dan menengah belum memiliki sistem pemasaran yang tepat, sehingga tidak jelas juga perhitungan keuntungan dan kerugian yang mereka peroleh. Sebagai bagian dari kegiatan PKM kami bermaksud untuk memberikan sosialisasi sebagai Upaya untuk meningkatkan omset para peternak ayam melalui media promosi berbasis website. Sebelumnya metode pemasaran yang dilakukan para pelaku usaha peternak ayam ini hanya melakukan penjualan di pasar, dititipkan di toko dan melalui pemesanan dari masyarakat. Sehingga target pasaran masih sangat sempit dan terbatas. Pemasaran hasil peternakan ayam juga masih sangat konvensional, sehingga omset yang didapatkan oleh para pelaku UMKM Peternak ayam di Kota Pare Pare masih tergolong rendah. Pada sosialisasi yang dilakukan oleh sangat membantu pelaku usaha untuk memasarkan dan mempromosikan hasil dari peternakannya.

Peran pemasaran digital menjadi penting karena perkembangan teknologi digital dan berkembangnya rencana untuk menarik dan mengarahkan pelanggan ke kombinasi komunikasi elektronik dan tradisional (Chaffey D, 2015). Kegiatan pemasaran digital dimanfaatkan oleh para pebisnis untuk meningkatkan penerapan media internet di pasar (Herman, 2018). Ketika pemasaran digital menjadi lebih populer, ia menawarkan berbagai cara untuk memasarkan, mempromosikan, dan memamerkan produk Anda, termasuk situs web. Website merupakan gabungan dari web yang menampilkan data teks, data gerak, data animasi, suara dan video, atau kombinasi keduanya. Sebuah website mempunyai halaman yang disebut dengan halaman beranda. Ini adalah halaman pertama yang dilihat seseorang ketika mereka mengunjungi website Anda (Jhonsen, 2004).

Dengan melihat permasalahan tersebut maka tujuan dari kegiatan PKM ini adalah untuk memberikan edukasi melalui penyuluhan untuk meningkatkan promosi dan pemasaran pada sektor peternakan ayam di kota Parepare melalui digital marketing berbasis website. Menurut David dan George bahwa pemasaran online merupakan penggunaan network untuk menarik pelanggan. Sedangkan menurut Mohammed yaitu sebagai proses dalam membangun serta

mempertahankan customer relationship melalui proses kegiatan online yang digunakan sebagai media penukaran ide, produk, dan jasa yang bisa memenuhi kepuasan konsumen tetap (Arofah & Gamayanti, 2021). Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran online merupakan proses untuk membangun serta penggunaan network untuk memperoleh serta mempertahankan konsumen tetap melalui online..

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaannya meliputi uraian langkah-langkah atau langkah-langkah penyelesaian masalah atau solusi yang diberikan kepada peternak ayam. Pendampingan dilakukan terhadap beberapa UMKM di Kota Parepare dengan metode ABCD (Asset-Based Community Development). Kegiatan pendampingan dilakukan selama satu bulan. Bentuk pendampingannya yaitu dengan membantu masyarakat memasarkan produknya melalui website. Pelaksanaan pendampingan ini menggunakan beberapa langkah, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kegiatan survei lokasi dilakukan oleh tim pelaksana PKM dengan cara datang ke lokasi dan melakukan wawancara langsung dengan mitra pemilik peternakan ayam. Setelah wawancara kemudian tim PKM melakukan dan mitra melakukan kegiatan kerjasama untuk pelaksanaan program PKM. Kegiatan yang dilakukan oleh tim PKM secara rinci adalah mengobservasi daerah peternakan ayam untuk mengetahui masalah yang selama ini dirasakan oleh mitra. Hasil dari kegiatan survei inilah yang kemudian dijadikan sebagai data dalam mengidentifikasi kebutuhan mitra
- 2) Tahap perencanaan. Tahap ini merupakan tahap penyusunan rencana dan mengidentifikasi perencanaan program yang akan dilaksanakan kemudian dirumuskan berbagai kebutuhan dalam perencanaan sistem pemasaran secara online
- 3) Sosialisasi. Kegiatan sosialisasi memberikan pengetahuan awal mengenai pemasaran secara online kepada masyarakat atau pelaku UMKM di kota Parepare serta memberikan penyampaian rancangan program kegiatan apa saja yang akan dilakukan.
- 4) Pelaksanaan. Tahap ini melakukan kegiatan pengoperasian website penjualan bagi pelaku usaha peternakan ayam.
- 5) Evaluasi. Kegiatan ini dilakukan setelah menyelesaikan program kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dimulai kegiatan pelatihan bagi para peternak ayam broiler di Kota Parepare kegiatan diawali dengan melakukan survey ke lokasi. Survei ini dilakukan oleh tim pelaksana PKM dengan cara datang ke lokasi dan melakukan wawancara langsung dengan mitra pemilik peternakan ayam. Setelah wawancara kemudian tim PKM dan mitra melakukan kegiatan kerjasama untuk pelaksanaan program PKM. Kegiatan yang dilakukan oleh tim PKM secara rinci adalah mengobservasi daerah peternakan ayam untuk mengetahui masalah yang selama ini dirasakan oleh mitra. Hasil dari kegiatan survei inilah yang kemudian dijadikan sebagai data dalam mengidentifikasi kebutuhan mitra. Berikut ini merupakan kegiatan survei lokasi di peternakan ayam.



Gambar 1. Gambar kegiatan survei lokasi

Setelah dilakukan survei lokasi kemudian dilaksanakan pada tahap perencanaan. Tahap ini merupakan tahap penyusunan rencana dan mengidentifikasi perencanaan program yang akan dilaksanakan kemudian dirumuskan berbagai kebutuhan dalam perencanaan sistem pemasaran secara online. Kemudian tim PKM melakukan kegiatan sosialisasi kepada mitra. Kegiatan sosialisasi memberikan pengetahuan awal mengenai pemasaran secara online kepada masyarakat atau pelaku UMKM di kota Parepare serta memberikan penyampaian rancangan program kegiatan apa saja yang akan dilakukan.



Gambar 2. Gambar pendampingan pengoperasian website penjualan

Pada tahap pelaksanaan, mitra diberikan arahan untuk saling berkoordinasi dengan penyelenggara kegiatan PKM, termasuk pemilihan lokasi pelatihan dan jumlah peserta. Selain itu, pembekalan yang dilakukan oleh tim pengabdian juga memberikan gambaran kepada mitra tentang penerapan alat yang telah dibuat oleh tim pengabdian dan menjelaskan media pemasaran berbasis online yang berupa website dan social media yang telah dibuat oleh tim pengabdian. Selanjutnya pada tahap pelaksanaan kegiatan berupa pelatihan bagi para peternak ayam broiler di Kota Parepare diawali dengan pengenalan maksud dan tujuan terlaksananya kegiatan pelatihan serta menjelaskan gambaran besar kegiatan yang melibatkan sebanyak 20 peserta kegiatan pelatihan yang merupakan para pekerja dan pemilik peternakan ayam broiler yang ada di Kota Parepare. Pelatihan adalah proses membantu karyawan menjadi lebih efektif dalam tugas mereka saat ini atau masa depan melalui pengembangan kebiasaan, pemikiran dan perilaku, keterampilan, pengetahuan, dan sikap (Sedarmayanti, 2018). Sedangkan menurut (Marwansyah, 2019), pelatihan adalah proses sistematis untuk mengubah perilaku karyawan, yang diarahkan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Dengan pengertian di atas maka penulis memahami bahwa pelatihan dalam hal ini berarti suatu proses pendidikan, pembelajaran jangka pendek yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, sikap dan keterampilan, sehingga meningkatkan kemampuan individu dan meningkatkan kemampuannya dalam menyelesaikan tugas sebuah proses dan memperbaiki organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai.

Produksi ternak dapat meningkatkan pendapatan peternak dari waktu ke waktu dengan mendorong peternak untuk bersaing secara lokal, regional, nasional, dan internasional (Saragih, 2012). Kegiatan seminar yang masih dalam tahap pelaksanaan ini bertujuan untuk memahami pentingnya pemasaran digital dalam pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), khususnya dalam memperluas kegiatan promosi. Berbagai studi kasus usaha kecil dan menengah yang berhasil melakukan promosi penjualan melalui media digital juga akan digunakan untuk mendukung pemaparan. Oleh karena itu, pemangku kepentingan yang tertarik pada UMKM harus memahami pentingnya pemasaran digital di dunia saat ini. Menurut Philip Kotler (2012) Pemasaran online memiliki banyak manfaat baik bagi pelanggan atau konsumen maupun pemasar itu sendiri. Selama pelatihan, peserta mendapatkan materi tentang konsep dasar website, fungsi website, cara penggunaan website dalam penjualan, dan lain-lain, serta mendapatkan demonstrasi penggunaan website. Selanjutnya para peserta diberikan penjelasan

mengenai cara memanfaatkan Instagram sebagai media periklanan dalam menjalankan usaha peternakan ayam broiler, dan diberikan masukan untuk menilai tingkat pemahamannya. Pada gambar 1 dan gambar 2 dibawah ini merupakan dokumentasi kegiatan pelaksanaan PKM yaitu kegiatan seminar dan pendampingan pengoperasian website penjualan



Gambar 3. Gambar seminar kegiatan pendampingan penerapan digital marketing berbasis website

Keberhasilan kegiatan pelatihan akan dievaluasi setelah selesainya setiap sesi pelatihan. Setiap sesi pelatihan akan dievaluasi untuk mengukur keberhasilan kegiatan pelatihan yang dilakukan. Indikator keberhasilan kegiatan ini adalah feedback positif dari peserta melalui penilaian yang disampaikan. Evaluasi kegiatan dilakukan dalam bentuk angket mengenai kegiatan yang diikuti oleh peserta. Hasilnya, pengetahuan peserta tentang cara menggunakan media pemasaran berbasis online meningkat. Melalui pelatihan ini diharapkan peserta dapat menambah pengetahuannya mengenai bagaimana memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan penjualan. Dampak perubahan dari pelatihan digital marketing berbasis website untuk peternak ayam di kota Parepare dapat memiliki dampak positif yang signifikan pada bisnis mereka. Oleh karena itu, pelatihan pemasaran digital berbasis website bagi peternak unggas di Kota Parepare dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat setempat dan UMKM. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2008) bahwa pemasaran online, atau pemasaran elektronik, atau biasa juga disebut dengan (e-marketing), adalah suatu bentuk bisnis yang bertujuan untuk menjual barang dan jasa ke suatu pasar sedang melakukan hal tersebut dan membangun hubungan. Dalam hal ini pelanggan adalah konsumen online melalui internet. Berikut ini merupakan tampilan website yang telah dibuat.



Gambar 3. Gambar tampilan website penjualan

Dampak perubahan dari pelatihan digital marketing berbasis website untuk peternak ayam di kota Parepare dapat memiliki dampak positif yang signifikan pada bisnis mereka. Dengan demikian, pelatihan digital marketing berbasis website untuk peternak ayam di Kota Parepare dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat dan pelaku UMKM.

Berbicara UMKM merupakan salah satu penopang ekonomi sebuah Negara. Keberadaan UMKM mempunyai berbagai fungsi diantaranya adalah membuka lapangan pekerjaan dan mendorong ekonomi yang lebih merata (Syifa & Fahmi, 2021). Jika UMKM berkembang tentu akan sangat membantu mengurangi pengangguran yang menjadi perhatian sampai saat ini (Ilmi, 2021). Begitu juga ketika masyarakat pelaku UMKM semakin tertata dan sejahtera juga sangat membantu pemerintah dalam hal pemerataan pendapatan/ ekonomi masyarakat. Hal ini sejalan dengan tujuan pendirian UMKM yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Undang-undang tersebut mengatur bahwa UMKM harus mengupayakan pertumbuhan dan perkembangannya sendiri guna membangun perekonomian yang berdasarkan ekonomi murni. Berdasarkan demokrasi. Kehadiran UMKM sebagai motor penggerak perekonomian nasional terbukti memberikan kontribusi yang besar dan berperan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dibandingkan usaha lainnya, membantu UMKM dalam mengurangi jumlah pengangguran dan angka kemiskinan (Kurniadewi et al. , 2022).Permasalahan umum yang dihadapi para pelaku UMKM, seperti keterbatasan modal, rendahnya kapasitas sumber daya manusia di lapangan, dan pemanfaatan teknologi, perlu didukung oleh berbagai pemangku kepentingan dalam bentuk pemberdayaan (Haryadi et al, 2021).

Perlu kita ketahui bahwa saat ini perkembangan teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat dan berbagai jenis perusahaan baik besar maupun kecil perlu memanfaatkan perkembangan tersebut untuk menjalankan bisnisnya (Tria et al., 2021). Pemasaran digital memungkinkan komunikasi dan transaksi terjadi kapan saja, secara real time, dan secara global atau mendunia. UMKM mempunyai peluang untuk mengembangkan smartphone di pasarnya seiring dengan semakin banyaknya pengguna media sosial berbasis chat (Hendrawan et al.,2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Pelayanan berupa pelatihan bagi peternak unggas broiler di Kota Parepare dilaksanakan sesuai jadwal yang telah ditentukan, sesuai pemahaman pemerintah kota.Pemasaran online, Peternak unggas juga mempunyai satu akun website yang digunakan sebagai media pemasaran online.Keterlibatan masyarakat atau peternak secara proporsional optimal didasarkan pada sosialisasi dan pelatihan yang tepat, serta pembagian tugas dan pembinaan sesuai keterampilan masyarakat.Penataan Pemasaran Online Sebagaimana diharapkan, reaksi peserta terhadap kegiatan PKM sangat positif dan informatif.Kegiatan yang disajikan pada setiap fase dapat memperluas wawasan peserta. Menurut peserta dan peternak, kegiatan PKM dinilai sangat berumur pendek. Kendala dari kegiatan PKM ini adalah durasinya yang sangat singkat. Oleh karena itu, kedepannya akan lebih banyak waktu yang dicurahkan untuk kegiatan pelaksanaan, khususnya kegiatan workshop dan pendampingan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan waktu kepada petani untuk berlatih dan memberikan lebih banyak panduan tentang cara menggunakan teknologi tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Arofah, N. Z., & Gamayanti, W. (2021). Pengelolaan Sistem Pemasaran Online dalam Budidaya Ikan Cupang. *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(33), 54-74
- Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation and Practice*. England: Pearson Education Limited
- Hariyadi, Purwiyatno. (2021). *Teknologi Proses Termal Untuk Industri Pangan*. Bogor: PT Media Pangan Indonesia
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarian*, 4(1), 53–60. <http://www.jurnal.stikstarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>
- Hermawan. (2018). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

- Jhonsen. (2004). Panduan Lengkap menjadi Web Designer untuk pemula. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. (2012). Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Kurniadewi, H., Hakim, R. A., Jajuli, M., & Jaman, J. H. (2022). Pemetaan UMKM dalam Upaya Pengentasan Kemiskinan dan Penyerapan Tenaga. 6(2), 113–119
- Marwansyah. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia (2nd ed.). Bandung : Alfabeta.
- Saragih, B. (2012). Pengembangan Agribisnis Ayam dalam MEA. Jakarta: Permata Wawancara
- Sedarmayanti. (2018). Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung: CV.Mandar Maju
- Siregar, B. S., & Jaffisa, T. (2019). Peranan Pemerintah dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Laut Dendang. Jurnal Publik Perform Universitas Dharmawangsa, 5, 8-14
- Soehadi. (2017). Effective Branding. Bandung: PT. Mizan Pustaka
- Tri, et all. (2021). Sosialisasi Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Jakarta: Ghalia Indonesia