

PENERAPAN LITERASI DIGITAL PADA BISNIS PETERNAKAN AYAM PETELUR “BASKARA FARM” SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KINERJA BISNIS

Hanif Mutiara Rohmah¹ dan Ghina Nabilah²

Universitas Islam Blitar, Indonesia

hanifmutiara00@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital menuntut pelaku usaha, termasuk usaha peternakan ayam petelur skala kecil, untuk beradaptasi guna meningkatkan kinerja dan keberlanjutan bisnis. Baskara Farm sebagai mitra pengabdian masih menghadapi berbagai permasalahan, antara lain rendahnya literasi digital pemilik dan karyawan, pemasaran yang masih bersifat tradisional, serta pengelolaan keuangan yang belum terintegrasi secara digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan literasi digital pada bisnis peternakan ayam petelur Baskara Farm sebagai upaya meningkatkan kinerja bisnis. Metode yang digunakan meliputi pelatihan teknis kewirausahaan berbasis digital dan pembelajaran enterprizing usaha kecil melalui pendekatan partisipatif, diskusi kelompok kecil, pendampingan langsung, serta praktik penggunaan teknologi digital. Implementasi kegiatan mencakup pengenalan website bisnis berbasis AI, pembuatan akun media sosial untuk pemasaran digital, edukasi penggunaan payment gateway dan m-banking, serta penguatan literasi digital bagi pemilik dan karyawan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman literasi digital, kesiapan mitra dalam mengadopsi teknologi digital, serta peningkatan efektivitas pengelolaan pemasaran dan keuangan usaha. Penerapan literasi digital terbukti menjadi fondasi penting dalam meningkatkan kinerja dan daya saing bisnis peternakan ayam petelur skala kecil secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Literasi Digital; Pengabdian Masyarakat; Peternakan Ayam Petelur; UMKM; Kinerja Bisnis.

ABSTRACT

The development of digital technology requires business actors, including small-scale egg-laying chicken farms, to adapt in order to improve business performance and sustainability. Baskara Farm, as a community service partner, still faces various problems, including low digital literacy among owners and employees, traditional marketing methods, and financial management that is not yet digitally integrated. This community service activity aims to improve the understanding and application of digital literacy in Baskara Farm's egg-laying chicken farming business as an effort to improve business performance. The methods used include digital-based technical entrepreneurship training and small business enterprising learning through a participatory approach, small group discussions, direct mentoring, and the practical use of digital technology. The implementation of activities includes the introduction of AI-based business websites, the creation of social media accounts for digital marketing, education on the use of payment gateways and m-banking, and the strengthening of digital literacy for owners and employees. The results of the activities showed an increase in digital literacy understanding, the readiness of partners to adopt digital technology, and an increase in the effectiveness of marketing and business financial management. The application of digital literacy has proven to be an important foundation in improving the performance and competitiveness of small-scale layer chicken farming businesses in a sustainable manner.

Keywords: Digital Literacy; Community Service; Egg-Laying Chicken Farming; MSMEs; Business Performance.

PENDAHULUAN

Bisnis ternak ayam petelur memiliki potensi besar untuk berkembang mengingat kebutuhan akan telur nasional meningkat dari tahun ke tahun. Industri perunggasan berkontribusi 2/3 dari konsumsi protein masyarakat Indonesia, 80,77% terhadap total produksi ternak, menyumbang 60% terhadap PDB peternakan, menstimulasi pertumbuhan industri pembibitan dan pakan, menyerap 10% dari tenaga kerja nasional dengan omzet mencapai 700 Triliun per tahun, serta penghasil devisa negara dari nilai ekspor peternakan setara dengan 21,3 Triliun rupiah (Ketahanan Pangan Nasional Indonesia. 2024). Terlebih lagi melihat Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 72 Tahun 2021 Tentang Percepatan Penurunan *Stunting* dengan pencanangan program MBG (Makan Bergizi Gratis) yang dimulai pada tahun 2025 sehingga potensi kenaikan *demand* daging ayam dan Telur ayam ras juga meningkat (Ketahanan Pangan Nasional Indonesia. 2024). Oleh karena itu, pengembangan dan manajemen pada bisnis peternakan ayam petelur perlu mendapatkan perhatian lebih. Utamanya adalah perhatian pada manajemen keuangan agar bisnis lebih terjaga.

Baskara Farm sebagai salah satu bisnis peternakan ayam petelur di Kabupaten Blitar Jawa Timur, pada awalnya hanya menggunakan proses pemasaran tradisional, transaksi keuangan secara manual (tunai), dan pembukuan arus kas secara manual. Kegiatan yang minim akan adopsi teknologi ini membuat banyak ketidakefektifan dalam menjalankan bisnis setiap harinya dengan kurang maksimal, mengingat tingginya *human error* baik dari karyawan maupun pemilik bisnis. Namun, seiring berjalannya waktu, bisnis peternakan ini ingin memperluas skala pemasaran melihat potensi ternak ayam dari tahun ke tahun semakin baik dan meningkat. Melihat potensi tersebut, maka Baskara Farm ingin memanfaatkan teknologi untuk mempermudah dalam menjalankan bisnis. Tujuan peningkatan performa bisnis, perluasan pangsa pasar penjualan, dan mengurangi ketidakefektifan akibat minimnya bantuan teknologi ke depannya.

Pemilik usaha harus memiliki pengetahuan tentang pengelolaan bisnis secara digital. Dengan mengetahui cara menjalankan website untuk *branding* bisnis yang efektif dan efisien, maka pemilik bisnis diharapkan dapat memperoleh manfaat yang maksimal dari adopsi teknologi terhadap pengelolaan bisnis. Pemberian Technology-Based Training (TBT) untuk pemilik bisnis khususnya bertujuan agar pembelajaran tentang adaptasi teknologi terhadap bisnis yang dijalankan tidak hanya berhenti pada pemahaman teori saja melainkan juga penerapannya dalam bisnis. Pembelajaran dan *training* tentang kebermanfaatan teknologi sebaiknya diberikan sedini mungkin ketika usia bisnis peternakan ayam petelur dan populasi dari ayam ini sendiri masih bisa dikatakan dalam skala kecil. Pemilik bisnis yang sudah mempelajari tentang kebermanfaatan teknologi akan lebih adaptif dalam mengikuti tren penjualan ke depannya.

Baskara Farm mulai berkembang dengan penambahan unit kandang sehingga populasi ayam yang naik juga meningkatkan kuantitas penjualan. Tentunya perlu juga untuk memperluas pangsa pasar penjualan agar dapat memiliki banyak pilihan konsumen rumahan maupun skala besar seperti *supplier* telur. Hal ini dikarenakan harga telur juga cukup fluktuatif setiap harinya. Transformasi digital sebuah bisnis dapat memotivasi perubahan struktur organisasi, inovasi model bisnis dan pemasaran dengan adopsi digital dapat membantu bisnis untuk beradaptasi dengan kebutuhan dan tren yang terus berubah dari lingkungan eksternal. Sehingga pasar mudah dikenali dan diadaptasikan dengan cepat untuk meningkatkan omzet penjualan utamanya (Pascucci F, 2023).

Terlebih lagi pemilik dari peternakan ini juga bekerja sebagai karyawan di suatu perusahaan. Sehingga pembagian waktu dan fokus dalam menjalankan bisnis menjadi kurang maksimal tanpa bantuan teknologi untuk membuat waktu, tenaga, dan tentunya biaya operasional menjadi lebih efisien. Meskipun sebagai bisnis sampingan, pemilik bisnis berupaya untuk menaikkan performa bisnisnya ini. Keseriusan dalam inovasi teknologi pada bisnis ternak ayam ini dimulai dengan adaptasi transaksi penjualan telur maupun pembelian pakan melalui *m-banking*. Hal ini diimbangi dengan pemahaman literasi digital untuk branding produk maupun pemasaran dalam menjalankan bisnis. Semakin baik pemahaman terhadap kebermanfaatan teknologi dan adaptasinya dalam bisnis maka semakin mudah sebuah bisnis untuk dijalankan.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pelatihan teknis kewirausahaan berbasis digital dan pembelajaran *enterprizing* usaha kecil berkolaborasi dengan mitra (bisnis peternakan ayam) dengan penulis. Pelatihan teknis kewirausahaan berbasis digital adalah sebuah program yang bertujuan untuk membekali individu dengan keterampilan dan pengetahuan praktis yang dibutuhkan untuk mengelola dan mengembangkan usaha atau bisnis dengan penerapan teknologi yang adaptif (Cilacap, 2025). Metode jenis ini merupakan metode pelatihan yang sangat cocok bagi pemilik bisnis baru dan ingin mentransformasikan bisnisnya ke penerapan digital. Pelaksanaan metode jenis ini biasanya dilakukan dalam waktu beberapa minggu sampai beberapa bulan dengan pengawasan instruktur, misalnya pelatihan pekerjaan menggunakan teknologi, pengelolaan keuangan menggunakan bantuan teknologi, penyusunan jadwal karyawan secara terstruktur dan otomatis, pemasaran produk, dan pembuatan konten di sosial media untuk memperluas pangsa pasar. Kemudian metode pembelajaran *Enterprizing* usaha kecil adalah penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam pelaksanaan usaha skala kecil yang pada dasarnya meliputi kegiatan manajemen organisasi, produksi, pemasaran dan keuangan yang dikelola dengan pendekatan skala kecil (Trimurti, 2008). Metode jenis ini sangat cocok digunakan oleh Baskara Farm selaku pelaku usaha kecil yang menginginkan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Metode ini yang dilakukan oleh penulis dan pendampingan via *online* maupun *offline* manakala diperlukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek pengabdian dalam penelitian ini adalah pelaku bisnis Peternak Ayam Petelur Baskara Farm di Kabupaten Blitar. Secara umum, penggunaan literasi digital pada usaha ayam petelur ini masih sedikit dilakukan. Baik dari segi manajemen keuangan, pemasaran, operasional dll masih digunakan cara tradisional atau manual. Pemanfaatan teknologi digital masih relatif rendah, terutama pada aspek pemasaran digital, pencatatan keuangan berbasis aplikasi, dan penggunaan platform *marketplace*.

Pembelajaran dan *training* guna meningkatkan pemahaman literasi digital dimulai dengan penjelasan tentang pentingnya literasi digital kepada pemilik usaha dan karyawannya. Pemaparan materi tentang pentingnya literasi keuangan, di mulai dari pengenalan fitur dan fungsi aplikasi seperti Tiktok, *m-banking*, dan *website* terkait keuangan digital dalam bentuk diskusi kecil bersama pemilik bisnis dan karyawan ketika memasuki waktu istirahat maupun sebelum memulai pekerjaan. Diskusi kecil ini kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dengan karyawan. Literasi digital pada sebuah bisnis harus dikenalkan tidak hanya kepada pemilik bisnis tetapi juga para karyawan agar rasa tanggung jawab untuk mengembangkan bisnis melalui literasi digital dapat diusahakan bersama. Adapun materi pembahasan dalam diskusi kecil ini disampaikan secara umum tentang seputar literasi digital dimana dalam era berbasis serba digital saat ini, penggunaan sosial media maupun *website* untuk pengaplikasian *fintech* memiliki urgensi penting dan mendesak terlebih untuk pengelolaan sebuah bisnis. Inovasi yang potensial dapat diadopsi sebagai bentuk pengaplikasian digitalisasi peternakan guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional usaha ayam petelur (Yakin MGA, 2025). Keberlanjutan usaha sangat erat kaitannya dengan peningkatan kinerja suatu bisnis. Dalam era industri 4.0 dimana manusia dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi, maka akan dibutuhkan strategi bisnis yang berbasis dengan digital untuk dapat meningkatkan kinerja bisnis dan menjaga keberlangsungan kegiatan bisnis (Maulana MI, 2023).

Tantangan yang muncul dalam menerapkan strategi pemasaran digital pada bisnis kecil diidentifikasi sebagai area yang memerlukan perhatian khusus (Kusumaningtyas M, 2023). Perhatian khusus ini menandakan bahwa digitalisasi agribisnis berkontribusi penting dalam memperluas daya saing pelaku usaha mikro dan kecil dalam ekosistem ekonomi digital (Niravita A, 2024). Rendahnya pengetahuan tentang peternakan ayam mengenai strategi pemasaran modern melalui digitalisasi pemasaran menjadi hambatan dalam meningkatkan daya saing produk. Branding yang kurang menarik, kemasan yang sederhana, dan minimnya informasi merupakan beberapa hambatan yang dialami dalam meningkatkan daya saing produk. Di lain sisi, perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengarah pada kemudahan akses melalui platform digital membuka peluang besar bagi peternak untuk memperluas pasar mereka. Dengan adanya pelatihan pemasaran digital, peternak dapat diberdayakan untuk memahami cara memanfaatkan media sosial, *marketplace*, dan situs web untuk menjual

produk mereka (Furqani A, 2025). Dengan literasi digital yang dimiliki, sebuah bisnis akan semakin berkembang dan memiliki daya saing yang baik. Karena permasalahan dalam menerapkan digitalisasi ini bukan hanya pada fitur yang asing dan istilah-istilah asing dalam aplikasi, melainkan terjadi karena ketidakmampuan dalam mengelola SDM yang terlibat. Terkadang sulitnya pemahaman pada literasi digital ini tidak berhenti di teori saja, akan tetapi praktik yang tidak konsisten juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pemahaman literasi digital baik dari segi manajemen keuangan, pemasaran, maupun manajemen pada divisi lain.

Bisnis kecil seperti Baskara Farm ini bukan berarti menjadi pembatas untuk mengenal literasi digital dalam praktik usahanya, justru bisnis kecil dengan pondasi literasi digital yang kuat akan lebih baik menghadapi tantangan digital ke depannya. Pemateri memberikan materi dalam diskusi kecil agar para karyawan dapat mengikuti pengaplikasian digital pada sistem bisnis Baskara Farm ini. Sebab, kesuksesan penerapan digital pada sebuah bisnis bukan seberapa cepat digital ini diaplikasikan, tetapi bagaimana pemahaman dan pengelolaan berbasis digital yang dipahami karyawan maupun pemilik bisnis inilah yang menjadi kuatnya pondasi digital pada sebuah bisnis. Keuletan belajar dari setiap elemen atau bagian bisnis adalah kunci utama konsistensi memahami literasi digital pada sebuah bisnis ini. Selanjutnya, karyawan dan pemilik bisnis diajak untuk memahami terdapat delapan elemen esensial untuk mengembangkan literasi digital yang diambil dari Douglas A.J. Belsaw dalam tesisnya "*What is 'Digital Literacy'?*" (2011) antara lain (Syafrial, 2023): Pertama, Kultural yaitu memahami ragam konteks penggunaan dunia digital. Kedua, Kognitif yaitu daya pikir dalam menilai konten. Ketiga, Konstruktif yaitu reka cipta sesuatu yang ahli dan aktual. Keempat, Komunikatif yaitu memahami kinerja jejaring dan komunikasi di dunia digital. Kelima, Kepercayaan diri yang bertanggung jawab. Keenam, Kreatif melakukan hal baru dengan cara baru. Ketujuh, Kritis dalam menyikapi konten. Kedelapan, Bertanggung jawab secara sosial. Selain itu, ada pula elemen utama *Literacy Digital* antara lain (Syafrial, 2023):

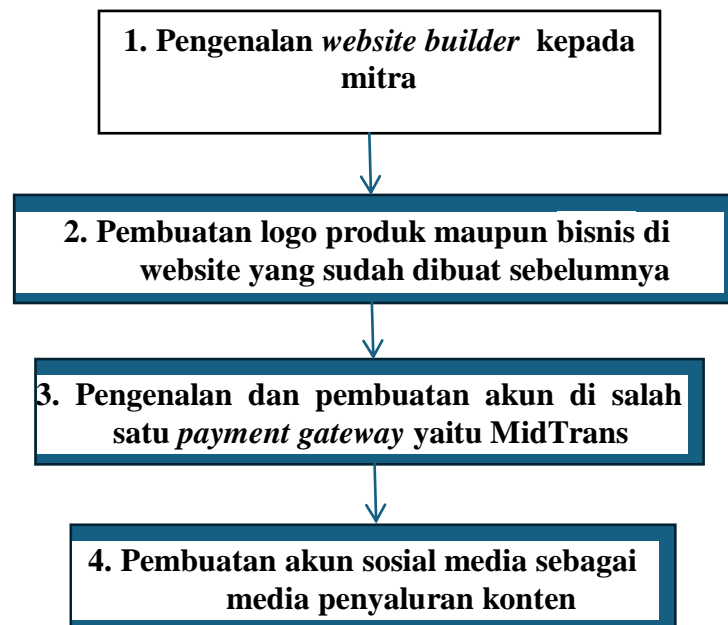
1. Sebuah kesadaran akan dampak media terhadap individu dan masyarakat.
2. Sebuah pemahaman tentang komunikasi massa.
3. Pengembangan strategi-strategi yang digunakan untuk menganalisis dan membahas pesan-pesan media.
4. Sebuah kesadaran akan isi media sebagai teks yang memberikan wawasan dan pengetahuan ke dalam budaya kontemporer manusia dan diri manusia sendiri.
5. Peningkatan kesenangan, pemahaman, dan apresiasi terhadap isi media.

Selain elemen-elemen dalam literasi digital, sebuah bisnis yang memulai untuk merambah ke dunia digital untuk diterapkan pada pengoperasionalan bisnisnya maka akan mendapatkan banyak manfaat kompetitif dan kinerja optimal dengan memiliki, mendapatkan, dan mampu memberdayakan aset strategis yang dimiliki oleh perusahaan. Pemahaman literasi digital seperti diskusi kecil dengan karyawan dan pemilik bisnis difungsikan untuk menambah aset tak berwujud seperti munculnya ide kreatif maupun

skill baru dari pemahaman literasi digital ini. Hal ini sesuai dengan *Resource Based Theory* yang dikemukakan oleh Wernerfelt (1984) yang merupakan teori yang memberikan gambaran bahwa aset strategi yang dimiliki bisnis ini dapat memberikan keuntungan kepada keberlanjutan bisnis pada akhirnya.

Setelah pemaparan materi terkait literasi digital dalam bentuk diskusi kecil, kemudian dilanjutkan dengan diskusi dalam bentuk sesi tanya jawab. Pada sesi tanya jawab, karyawan Baskara Farm sangat antusias dan fokus terutama karena literasi digital bagi mereka merupakan pengetahuan baru. Berbagai macam pertanyaan disampaikan oleh para karyawan dan dapat dijawab dengan tuntas. Antusiasme ini menunjukkan ketertarikan para karyawan dengan bersinergi bersama pemilik bisnis untuk selalu mengembangkan skill dan literasi terkait digitalisasi ini. Sesi tanya jawab ini diimbangi dengan praktik langsung menggunakan *smartphone* maupun laptop yang disediakan. Sebelum diskusi kecil di tutup, diberikan beberapa saran dan masukan kepada para karyawan dan pemilik bisnis bahwa sudah menjadi keharusan bagi setiap mereka untuk memiliki pemahaman akan pentingnya literasi digital pada industri saat ini. Pengetahuan tersebut sangat berguna tidak saja dalam mengelola bisnis berbasis digital saat ini tetapi juga peningkatan skill para karyawan.

Gambar 1. Skema Gambaran Teknologi dan Inovasi pada Peternakan Ayam Petelur Baskara Farm



Sumber: (data primer, 2025)

SIMPULAN

Penerapan literasi digital pada bisnis peternakan ayam petelur Baskara Farm menunjukkan peran strategis digitalisasi dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha skala kecil. Melalui pendampingan dan pelatihan berbasis teknologi, pemilik usaha

dan karyawan memperoleh pemahaman yang lebih baik terkait pemanfaatan website, media sosial, dan sistem pembayaran digital sebagai sarana pendukung operasional, pemasaran, serta pengelolaan keuangan. Implementasi literasi digital ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan efisiensi dan efektivitas manajemen bisnis, tetapi juga membantu mengurangi potensi kesalahan operasional akibat sistem manual yang sebelumnya digunakan.

Hasil kegiatan pengabdian ini menegaskan bahwa literasi digital merupakan fondasi penting dalam menghadapi tantangan bisnis di era ekonomi digital, khususnya bagi usaha peternakan rakyat. Keberhasilan penerapan digitalisasi tidak semata ditentukan oleh kecanggihan teknologi, melainkan oleh kesiapan sumber daya manusia dalam memahami, mengelola, dan mengimplementasikan teknologi secara konsisten. Oleh karena itu, penguatan literasi digital yang berkelanjutan dan berbasis kebutuhan mitra menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis peternakan ayam petelur di tengah dinamika pasar yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ketahanan pangan nasional Indonesia. 2024.
- Pascucci F. *Digital transformation and business model innovation: implications for organizational change*. 2023.
- Cilacap. *Pelatihan teknis kewirausahaan berbasis digital*. 2025.
- Trimurti. *Enterprizing usaha kecil dan penerapan fungsi manajemen*. 2008.
- Yakin MGA. *Digitalisasi peternakan ayam petelur untuk peningkatan efisiensi usaha*. 2025
- Maulana MI. *Strategi bisnis berbasis digital dalam era industri 4.0*. 2023.
- Kusumaningtyas M. *Tantangan penerapan strategi pemasaran digital pada bisnis kecil*. 2023.
- Niravita A. *Digitalisasi agribisnis dan daya saing UMKM dalam ekosistem ekonomi digital*. 2024.
- Furqani A. *Pelatihan pemasaran digital bagi peternak untuk peningkatan daya saing produk*. 2025.
- Syafrial. *Literasi digital: konsep dan implementasi*. 2023