

DIGITAL MARKETING DALAM DISTRIBUSI AYAM POTONG DAN TELUR AYAM DI PETERNAKAN *NICHOLAS FARM* BANYUASIN

dafid^{1*}), nyimas artina², & daniel udjulawa³

^{1,2,3}Universitas Multi Data Palembang

Email: ¹dafid@mdp.ac.id, ²nyimas-artina@mdp.ac.id, ³daniel@mdp.ac.id

Key Words:

Digital marketing; teknologi informasi; ayam potong dan telur ayam

Abstract: *The development of science and technology requires almost all fields to adapt to this technology, including the chicken farming business. High human mobility requires the world of trade to be able to provide goods quickly according to consumer demand, in this case broiler and egg. To bridge consumer needs and producer distribution, the right media is needed so that transactions can run well. This service activity aims to provide understanding and skills training to businessman as producers so they can promote and sell their technical products through existing information technology. The method of community service activities is carried out in the form of providing education and training on the use of information technology, especially in the field of digital marketing. The results of this service activity based on questionnaires given to training participants have an impact on business actors in the form of understanding of digital marketing and skills in using and utilizing information technology in the distribution of broiler chickens and chicken eggs.*

Abstrak: Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menuntut hampir disemua bidang untuk menyesuaikan dengan teknologi tersebut termasuk juga bidang usaha ternak ayam. Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan barang dengan cepat sesuai permintaan konsumen yang dalam hal ini ayam potong dan telur ayam. Untuk menjembatani kebutuhan konsumen dan distribusi produsen maka perlu media yang tepat agar transaksi dapat berjalan dengan baik. Kegiatan pengabdian ini bertujuan memberikan pemahaman dan pelatihan ketrampilan kepada para pelaku usaha sebagai produsen agar dapat mempromosikan dan menjual hasil teknaknya melalui teknologi informasi yang ada. Metode dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pemberian edukasi dan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi khususnya dalam bidang digital marketing. Hasil dari kegiatan pengabdian ini berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada peserta pelatihan memberikan dampak bagi pelaku usaha berupa pemahaman terhadap digital marketing dan keterampilan dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi dalam distribusi distribusi ayam potong dan telur ayam.

Dafid dkk. (2024). Digital Marketing Dalam Distribusi Ayam Potong Dan Telur Ayam Di Peternakan *Nicholas Farm* Banyuasin. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Fordicate*

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menuntut hampir disemua bidang untuk menyesuaikan dengan teknologi tersebut, begitupun seperti yang dibutuhkan oleh peternakan Nicholas Farm. Tahapan perubahan tersebut dapat membawa Nicholas Farm kearah yang lebih bisa maju lagi dari keadaan yang sekarang, sehingga menjadi nilai tambah bagi Nicholas Farm. Di perkembangan selanjutnya tingkat penguasaan ilmu dan teknologi yang dimiliki oleh Nicholas Farm dapat menjadi bukti nyata dari keberhasilan usaha peternakan yang dilakukan menjadi lebih baik.

Mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan mampu menyediakan layanan jasa dan barang dengan cepat sesuai permintaan konsumen. Untuk mengatasi masalah tersebut, kini muncul transaksi yang menggunakan media internet untuk menghubungkan produsen dan konsumen. Transaksi bisnis melalui internet saat ini begitu marak khususnya saat pandemi seperti ini, membuat para konsumen ingin menghindari bertemu dengan produsen secara langsung, namun kebutuhan konsumen tersebut dapat terpenuhi. Demikian juga sebaliknya produsen yang ingin menjual produknya ingin agar produknya dapat dipromosikan dan terjual dengan baik dan lancar.

Untuk menjembatani kebutuhan konsumen dan distribusi produsen maka perlu media yang tepat agar transaksi dapat berjalan dengan baik. Melihat perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu pesat maka kami Tim Pengabdian dari Universitas MDP ingin memberikan edukasi dan pelatihan keterampilan kepada para pelaku usaha sebagai produsen agar dapat mempromosikan dan menjual hasil ternaknya berupa ayam potong dan telur melalui teknologi informasi yang ada. Dengan alasan tersebut disusunlah rencana kegiatan pengabdian ini selama satu semester. Melalui pelatihan ini diharapkan para peserta dapat termotivasi dan senantiasa belajar untuk menerapkan teknologi dengan memanfaatkannya dalam digital marketing.

Pemasaran merupakan proses kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Dalam melakukan promosi, mereka akan menargetkan orang-orang yang sesuai dengan produk yang dipasarkan. Biasanya mereka juga melibatkan selebriti, selebgram atau siapapun yang memiliki kepopuleran untuk mendongkrak produk tersebut. Tak hanya itu, dalam pemasaran, bagian yang memiliki tugas ini akan membuat kemasan atau desain yang menarik pada iklan sehingga akan banyak orang yang tertarik. Selain itu, dengan adanya pemasaran juga sangat membantu para konsumen. Jadi mereka akan lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Ketika pemasaran sesuai dengan targetnya, perusahaan akan mendapatkan banyak pembeli dan keuntungan bisa didapatkan.

Adapun jenis-jenis pemasaran adalah sebagai berikut :

- a. Branding
Produk dan layanan harus memiliki target pasar, dan nama atau “merek,” untuk dikenal. Branding adalah bentuk pemasaran yang memiliki fungsi sebagai iklan jangka panjang. Ini sangat membantu untuk membuat produk atau layanan menjadi lebih menarik dan terkenal. Branding sering kali menyertakan nama, slogan, dan logo.
- b. Iklan Siaran
Menggunakan radio sebagai media pemasaran adalah salah satu bentuk iklan berbayar yang paling umum. Pemasaran ke pelanggan sangat potensial ketika menggunakan radio karena pendengar radio benar-benar mendengarkan apa yang diucapkan oleh penyiarannya. Selain itu, juga bisa menggunakan media TV untuk menjangkau pelanggan secara luas.
- c. Multi-Level Marketing
Pemasaran dengan menggunakan multi-level marketing adalah bentuk penjualan langsung yang melibatkan banyak orang di mana perusahaan merekrut dan menjual produk-produknya. Multi-level marketing juga disebut network marketing karena tenaga penjualan mendapatkan komisi dari produk yang mereka jual serta komisi penjualan dari jaringannya.

d. Internet atau Online

Internet menjadi salah satu media pemasaran yang paling diminati. Hampir semua orang pasti menggunakan internet, sehingga pasarnya sangat luas. Pemasaran dapat dilakukan dalam berbagai cara seperti penggunaan email, website atau iklan. Target pasarnya juga bisa ditentukan karena banyak penyedia jasa iklan yang memiliki fitur ini. [1]

Nicholas Farm sangat menyadari bahwa adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi sangat penting supaya usaha peternakan yang dimiliki tetap eksis dan mampu meningkatkan pendapatan para peternak. Oleh karena itu dibutuhkan upaya untuk meningkatkan pemahaman dan penguasaan terhadap teknologi yang sedang berkembang terutama yang dapat dimanfaatkan untuk marketing hasil ternak berupa ayam potong dan telur. Untuk menjembatani kebutuhan dari Nicholas Farm tersebut, kami tim pengabdian Universitas MDP memberikan edukasi dan pelatihan kepada para pelaku usaha yaitu peternak ayam khususnya kepada peternak ayam Nicholas Farm. Pengabdian ini memiliki tujuan untuk memberikan pelatihan dan mengubah pandangan kepada para pelaku usaha tentang kegunaan teknologi informasi dalam mempromosikan produk mereka dan menjualnya sehingga dapat bermanfaat bagi pelaku usaha dapat memahami, trampil serta dapat menggunakan perangkat keras dan lunak teknologi informasi dengan lebih praktis baik dalam promosi maupun bertransaksi.

IDENTIFIKASI MASALAH

Sebelum mendapatkan edukasi dan pelatihan teknologi informasi khususnya digital marketing [2], Nicholas Farm menghadapi masalah-masalah dalam marketing dan penjualan hasil ternak yang berupa ayam potong dan telur. Masalah - masalah tersebut adalah kurangnya pengetahuan mengenai marketing yang disebabkan sedikitnya informasi yang diperoleh oleh Nicholas Farm maupun edukasi yang didapat mengenai marketing tersebut [3]. Hal ini mengakibatkan teknik dan strategi pemasaran hanya dilakukan secara konvensional sehingga berdampak terhadap tingkat penjualan/distribusi hasil ternak yang berupa ayam potong dan telur yang tidak maksimal. Disamping itu kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang kegiatan usaha khususnya yang mengenai digital marketing dimana dalam hal ini Nicholas Farm sebetulnya telah menyadari pentingnya adaptasi terhadap perkembangan teknologi [4]. Hal ini juga berdampak terhadap tingkat distribusi/penjualan yang tidak optimal. Sehubungan dengan hal tersebut Nicholas Farm membutuhkan edukasi dan pelatihan ketrampilan teknologi informasi untuk meningkatkan penjualan/distribusi ayam potong dan telur.

METODOLOGI PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada Nicholas Farm yang diikuti oleh para pelaku usaha yaitu peternak ayam yang menghasilkan ayam potong dan telur. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 4 Maret 2022 berlokasi di Jl Sukamakmur Banyusin Palembang. Tim pengabdian yang terlibat terdiri dari dosen dan mahasiswa. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan adalah edukasi ataupun penyuluhan mengenai digital marketing dan pemberian pelatihan teknologi informasi khususnya mengenai digital marketing dengan menggunakan media internet [5]. Pelaku usaha diberi ceramah dan presentasi/pemaparan interaktif yang juga disertai dengan sesi tanya jawab. Selain itu pelaku usaha juga dipandu untuk menggunakan teknologi informasi dengan praktek secara langsung menggunakan media sosial yang didampingi secara langsung oleh tim pengabdian. Adapun tahapan yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah :

1. Persiapan

Tahap ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai kondisi dan kebutuhan dari tempat pengabdian yaitu Nicholas Farm. Dari hasil pemetaan terhadap kebutuhan yang ada, ditetapkan topik yang akan diberikan adalah mengenai digital marketing.

Pada tahapan persiapan ini ada 2 kegiatan yang dilakukan yaitu:

a. Persiapan yang berkaitan dengan administrasi

pada tahap ini yang dipersiapkan adalah berupa surat permohonan dan surat tugas, materi pelatihan maupun kuesioner pelatihan serta daftar hadir peserta dan dokumentasi. Pada tahap ini semua kegiatan dilakukan oleh tim pengabdian

b. Persiapan perangkat teknologi informasi

Perangkat teknologi informasi yang dimaksud disini adalah perangkat keras (hardware) dan juga perangkat lunak (software). Pada tahap ini selain tim pengabdian, peserta pelatihan juga dihimbau untuk menyiapkan perangkat sendiri atau perangkat yang dibutuhkan. Adapun perangkat yang dibutuhkan untuk pelatihan ini adalah : laptop atau tablet atau handphone, koneksi internet dan juga software penunjang seperti website atau media sosial.

2. Pelaksanaan

Pada tahap ini dilakukan ceramah/penyuluhan/edukasi mengenai seputar digital marketing lalu dilanjutkan dengan praktek pemanfaatan media sosial untuk transaksi distribusi ayam potong dan telur

3. Evaluasi

Setelah pelaksanaan kegiatan selesai pada tahap akhir dilakukan evaluasi yaitu berupa pemberian kuesioner untuk mengevaluasi kegiatan baik dari sisi penyampain materi, materi yang disampaikan serta saran ataupun masukan untuk tim pengabdian [6].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini telah dilakukan dengan baik, lancar, komunikatif dan relatif tanpa ada kendala sama sekali. Peserta pelatihan juga tampak begitu antusias dan senang dalam mengikuti kegiatan ini, hal ini terlihat dalam proses tanya jawab banyaknya pertanyaan yang diberikan para peserta begitu pun respon yang berikan dalam menjawab pertanyaan maupun menyimak paparan yang disampaikan. Peserta pelatihan juga mampu menyerap materi pelatihan dengan baik. Pada kegiatan pertama dilakukan penyuluhan/ceramah mengenai digital marketing. Metode Ceramah dilakukan untuk membuka wawasan akan penggunaan teknologi [7]. Pemahaman dan merubah pola pikir yang lama ke yang baru yakni memanfaatkan teknologi memang tidak mudah. Segala hal yang selama ini dilakukan yakni cara-cara manual secara perlahan akan ditinggalkan dan menggunakan cara-cara yang modern yakni memanfaatkan teknologi baik dalam menginformasikan harga, menjual maupun transaksi yang lainnya. Perlu proses dalam membentuk *mindset* agar memanfaatkan teknologi dengan maksimal, hal ini dilakukan secara bertahap dan terarah agar bisa lepas dari kebiasaan yang sudah lama dilakukan berpindah ke hal yang baru. Kemajuan teknologi saat ini yang begitu pesat sangat memudahkan dan membantu dalam berbagai macam kegiatan. Membuka wawasan inilah yang utama dalam mendorong pelaku usaha untuk menggunakan teknologi saat ini. Metode presentasi interaktif dilakukan guna memberi contoh-contoh pelaku usaha lainnya yang memanfaatkan teknologi baik memasarkan, menjual maupun mendistribusikan produk mereka, dalam hal ini adalah distribusi ayam potong dan telur. Sebelum kegiatan ceramah / penyuluhan yang dibarengi tanya jawab secara langsung di tempat peternakan ayam Nicholas Farm tim pengabdian melakukan peninjauan langsung ke tempat peternakan seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1. Berikutnya kegiatan pengabdian dilanjutkan dengan pelatihan teknologi informasi khususnya pemanfaatan media sosial [8] untuk menunjang transaksi penjualan/distribusi hasil ternak berupa ayam potong dan telur seperti terlihat pada Gambar 2. Pada kegiatan ini para peserta yang telah menyiapkan peralatannya yaitu kebanyakan yang digunakan berupa handphone langsung dibimbing oleh tim pengabdian dalam

mempraktekkan pemanfaatan media sosial untuk melakukan promosi ataupun transaksi lainnya kepada konsumen.



Gambar 1 Peternakan ayam Nicholas Farm



Gambar 2 Salah satu hasil ternak berupa telur ayam

Pada dasarnya pelaku sudah mengenal teknologi tapi belum dapat memanfaatkan sepenuhnya untuk memasarkan hasil ternaknya berupa ayam potong dan telur. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat

dengan memberikan pemahaman akan fungsi teknologi saat ini sangat membantu proses pemasaran, distribusi dan informasi ke pelanggan maupun ke pengepul. Pengepul mendapatkan informasi bahwa hasil ternak sudah bisa dijual kepada pelanggan terlambat karena kendala komunikasi yang karena jaraknya terlalu jauh antara lokasi peternak dan pengepul ataupun penjual lainnya. Melalui media sosial komunikasi dan informasi akan dapat di atasi dan informasi akan lebih cepat, kapan hasil ternak siap didistribusikan.

Kegiatan ini dimulai pukul 13.30 dan akhiri pada pukul 17.20 WIB dan memang sangat panjang untuk materi praktek yang dilakukan oleh pelaku usaha, karena merekalah yang akan menggunakannya. Pelaku usaha ingin terampil memanfaatkan media sosial [9] ini untuk memajukan usaha mereka. Untuk mendapatkan hasil dari kegiatan pengabdian, setelah pelaksanaan pelatihan tim pengabdian melakukan penyebaran kuesioner [10] untuk mengevaluasi pemberian edukasi dan pelatihan teknologi informasi, baik dari sisi materi pelatihan, hingga cara penyampaian instruktur, serta saran dan kritik dari para peserta kepada tim pengabdian. Hasil dari kuesioner evaluasi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. 90% peserta menyatakan bahwa pelatihan yang diberikan berlangsung dengan sangat baik dan lancar, sementara 10% menyatakan bahwa kegiatan pelatihannya baik
- b. 90% peserta menyatakan bahwa materi pelatihan ini sangat sesuai dengan kebutuhan peserta dan sangat bermanfaat, sementara 10% menyatakan sesuai.
- c. 95% peserta menyatakan bahwa tim pengabdian dalam menyampaikan pelatihan dengan sangat baik dan penuh semangat, sementara 5% peserta menyatakan baik.
- d. 100% peserta menyatakan bahwa akan melakukan digital marketing setelah pelatihan dilaksanakan sesegera mungkin.

SIMPULAN

Berdasarkan dari kuesioner yang telah dibagikan dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan ini memberikan pandangan baru bagi pelaku usaha Nicholas Farm mengenai digital marketing dan sekaligus terampil dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran dan distribusi produknya dalam hal ini adalah ayam potong dan telur, sehingga dapat lebih baik dalam mengelola usahanya. Selain itu, kegiatan ini memberikan opsi alternatif bagi pelaku usaha supaya bisa mengoptimalkan manajemen usahanya dan pemahaman mengenai konsep pemasaran secara digital.

Hasil dari kuesioner juga memberikan gambaran bahwa materi pelatihan yang telah diberikan sangat sesuai dengan kebutuhan para pelaku usaha Nicholas Farm dan berdampak pada keinginan para pelaku usaha untuk mengimplementasikan pelatihan tersebut dalam bentuk pemasaran digital sehingga mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan ayam potong dan telur.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] ekonomi.bunghatta.ac.id, “Pengertian Pemasaran, Fungsi, Dan Jenis Pemasaran Dalam Bisnis,” *Ekonomi.Bunghatta.Ac.Id.* 2020.
- [2] C. M. Khairunnisa, “Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper,” *JAMIN J. Apl. Manaj. dan Inov. Bisnis*, vol. 5, no. 1, p. 98, 2022, doi: 10.47201/jamin.v5i1.109.
- [3] A. U. Syukri and A. N. Sunrawali, “Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah,” *Kinerja*, vol. 19, no. 1, pp. 170–182, 2022, doi: 10.30872/jkin.v19i1.10207.
- [4] M. Ngafifi, “Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya,” *J. Pembang. Pendidik. Fondasi dan Apl.*, vol. 2, no. 1, pp. 33–47, 2014, doi: 10.21831/jppfa.v2i1.2616.
- [5] R. Ratna Gumilang, “Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri,” *Coopetition J. Ilm. Manaj.*, vol. 10, no. 1, pp. 9–14, 2019, doi: 10.32670/coopetition.v10i1.25.
- [6] P. Sopiyan, “Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian,” *Coopetition J. Ilm. Manaj.*, vol. 13, no. 2, pp. 249–258, 2022, doi: 10.32670/coopetition.v13i2.1057.
- [7] R. R. Pabesak and M. P. Santoso, “Penerapan Metode Ceramah Dan Tanya Jawab Dalam Proses Pembelajaran Daring Di Sd Kristen Di Medan,” *Aleth. Christ. Educ. J.*, vol. 4, no. 1, pp. 1–8, 2023, doi: 10.9744/aletheia.4.1.1-8.
- [8] T. Liedfray, F. J. Waani, and J. J. Lasut, “Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara,” *J. Ilm. Soc.*, vol. 2, no. 1, p. 2, 2022.
- [9] F. Yusuf, H. Rahman, S. Rahmi, and A. Lismayani, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera,” *JHP2M J. Hasil-Hasil Pengabdi. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 2, pp. 1–8, 2023.
- [10] P. Az-Zahra and A. Sukmalengkawati, “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen,” *J. Ilm. Manajemen, Ekon. Akunt.*, vol. 6, no. 3, pp. 2008–2018, 2022, doi: 10.31955/mea.v6i3.2573.