

# Pelatihan Pengelolaan Website Sebagai Media Promosi Penjualan Hewan Pada Kampung Ternak Bojo Farm Bogor

Nurwati<sup>1</sup>, Yudi Santoso<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Budi Luhur

Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara Kebayoran, Jakarta Selatan 12260

E-mail : nurwati@budiluhur.ac.id<sup>1</sup>, yudi.santoso@budiluhur.ac.id<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Mitra pengabdian masyarakat yang berlokasi di Jasinga, Bogor memiliki jumlah kandang dengan kapasitas utk 150 ekor kambing dan domba. Luas kandang kurang lebih 120 m<sup>2</sup>. Jumlah kambing dan domba sekitar 50-70. Jumlah pengelola kandang 2 orang. Pemasaran yang dilakukan mitra dalam mempromosikan dan menjual hewan ternak kambing dan domba masih sederhana yaitu dari mulut ke mulut, menyebabkan pemasarannya kurang maksimal, sehingga hewan ternak yang terjual tidak sesuai harapan. Selain itu penyebab tidak maksimalnya hasil pemasaran hewan ternak kambing dan domba belum adanya media online website sebagai salah satu tempat promosi. Oleh karena itu maka solusi yang dilaksanakan pada pengabdian masyarakat ini adalah dengan membangun website kamtekbojofarm.com dan memberikan pelatihan mengelola website tersebut agar pemasaran lebih luas dan penjualan online lebih meningkat sehingga penghasilan mitra bisa meningkat.

**Kata kunci :** hewan ternak, promosi *online*, *website*

## ABSTRACT

*The community service partner located in jasinga, bogor has a number of cages with a capacity for 150 goats and sheep. The area of the cage is approximately 120 m<sup>2</sup>. The number of goats and sheep is around 50-70. The number of cage managers is 2 people. Marketing that is carried out by partners in promoting and selling goats and sheep is still simple, namely word of mouth, causing the marketing to be less than optimal, so that the livestock sold are not as expected. In addition, the cause of not optimal marketing results for goats and sheep is the absence of an online media website as a place for promotion. Therefore, the solution implemented in this community service is to build the kamtekbojofarm.com website and provide training to manage the website so that marketing is wider and online sales are more increased so that partner income can increase.*

**Keyword :** *farm animals, online promotion, websites*

## 1. PENDAHULUAN

Kebutuhan akan daging kambing dan domba tiap tahunnya semakin meningkat. Popularitas daging kambing dan domba

memang masih kalah jika dibandingkan dengan popularitas daging sapi. Dari data Himpunan Peternak Domba dan Kambing Indonesia (HPDKI) setidaknya ada 6-7 juta peternak kambing dan domba di Indonesia.

Para peternak kambing dan domba ini menjadi pemasok kebutuhan utama daging kambing di Indonesia yang rata-rata sebanyak 10 juta ekor kambing pertahun. Angka ini terus meningkat setiap tahunnya. Banyak keunggulan dari beternak kambing dan domba ini sebagai penghasil. Pertama, masyarakat tidak membutuhkan modal banyak untuk memulai bisnis ini. Hanya bermodal Rp 25 juta, sudah mendapatkan kambing sekitar 20 ekor. Berbeda dengan ternak sapi yang membutuhkan modal bisa mencapai ratusan juta rupiah. Kedua, masa kehamilan kambing juga dikenal sangat singkat, dimana setiap dua tahun sudah melahirkan anak kambing tiga kali dengan jumlah sekali melahirkan rata-rata 2-3 ekor. Ketiga, pasar daging kambing saat ini terus meningkat tiap tahunnya. Karena banyak orang melakukan aqiqah tiap tahunnya dan juga daging kambing sekarang sudah menjadi gaya hidup anak-anak muda. Selain tiga alasan utama tersebut, saat ini pemerintah juga mulai memberikan perhatian kepada para peternak kambing dan domba. Salah satu buktinya adalah mulai diadakannya kontes-kontes kambing dan domba, seperti yang diadakan Presiden RI Joko Widodo beberapa waktu lalu. Dengan adanya kontes ini menjadi satu insentif bagi kita, kalau ikut kontes harga kambing nanti akan meningkat tutur Yudi Guntara Nor Ketua HPDKI (Praditya, 2017).

Berdirinya Kampung Ternak Bojo Farm, Bogor, Jawa Barat berawal dari kepedulian sosial pemilik terhadap warga di sekitar tempat tinggalnya. Awal tahun 2019 dengan mengajak peternak warga sekitar bekerja sama dengan pemilik. Pemilik

Kampung Ternak Bojo Farm sebagai pemodal dan peternak warga sekitar sebagai pekerja dan penyedia lahan. Dengan demikian pemilik modal diuntungkan dengan pengirisan modal lahan, begitu pula para pekerja yang merupakan penduduk desa yang ahli dalam peternakan kambing tapi tidak memiliki modal diuntungkan oleh pemilik yang memiliki modal untuk mereka dalam bentuk kerja sama, sehingga pihak

pemilik modal dan peternak sama-sama diuntungkan. Adapun bentuk kerja sama antar pemilik modal dan peternak kambing dengan istilah “paroon” yang artinya setengah. Maksudnya adalah, pemilik modal akan bekerja sama dengan peternak yang berpengalaman memelihara kambing dan sudah memiliki fasilitas memadai. Cara sistem bagi hasil ini sangat sama-sama menguntungkan, cara kerjanya adalah pemilik modal akan menyediakan dana untuk pengadaan kambing, dan peternak akan bertanggung jawab penuh untuk pemeliharaannya. Sehingga di sini pemilik modal hanya berkewajiban menyediakan dana saja, setelah itu tinggal menunggu hasilnya. Keuntungan didapatkan jika kedua belah pihak sepakat untuk menjual kambing hasil dari pengembangbiakannya ataupun dari penggemukannya, dengan porsi pembagian 50:50 atau setengah-setengah. Seiring berjalannya waktu, pemilik juga mengasah kemampuan berternak dengan mengikuti seminar dan kegiatan tentang pemeliharaan dan penggemukan kambing serta menjalin hubungan antar sesama peternak. Dan pada awal tahun 2020 mulai membangun kandang kambing dan domba secara profesional dan skala besar dengan kapasitas maksimum jumlah kambing dan domba yang bisa ditampung hingga mencapai 150 ekor. Luas kandang kurang lebih 120m<sup>2</sup>. Jumlah kambing atau domba sekitar 50-70. Jumlah pengelola kandang 2 orang. Di awal bulan April 2020 ini secara legal Kampung Ternak Bojo Farm menjadi CV. Kamtekbojo Farm.

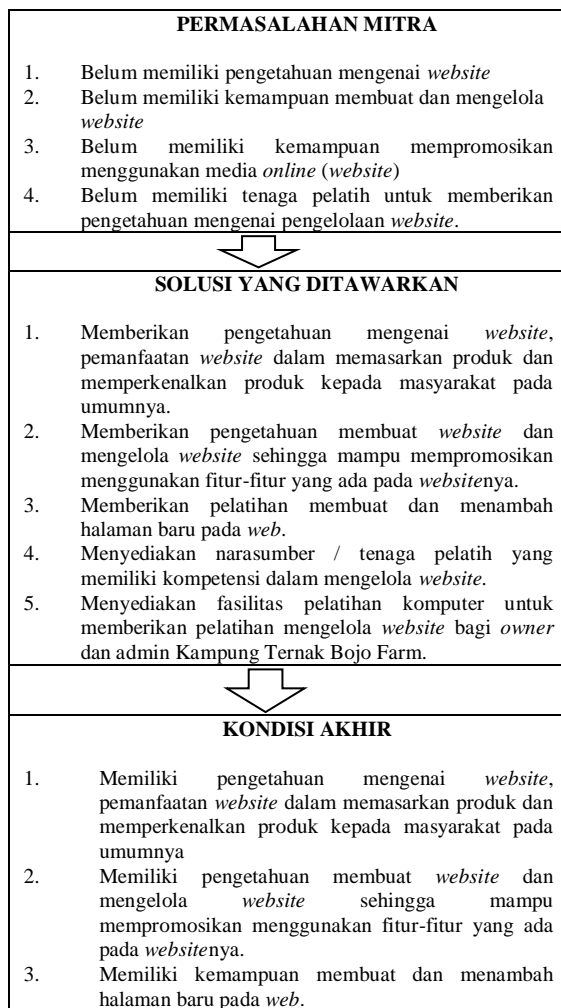
## 2. PERMASALAHAN

Adapun masalah yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana membangun *website* sebagai media promosi kampung ternak Bojo Farm?
- b. Bagaimana memberikan pelatihan untuk memberikan pengetahuan mengenai *website* kepada *owner* dan pengelola kampung ternak Bojo Farm?

### 3. METODOLOGI

Metode yang digunakan adalah metode observasi, metode studi kepustakaan dan metode wawancara.



Gambar 1 desain pengabdian

Studi literatur penelitian sebelumnya yang dirangkum dalam bentuk literatur review berikut ini:

- a. Judul penelitian “Pengembangan Dan Pelatihan Pengelolaan Website Berbasis Content Management System (CMS) Untuk Pemerintahan Nagari Dan Badan Usaha Milik Nagari (BUMNag) Kanagarian Durian Gadang” (Lathifah Arief et al., 2017) masalah pada penelitian ini adalah bagaimana merancang media informasi antara

pemerintahan nagari dengan masyarakat, website juga diharapkan sebagai media digital dalam menampung keluhan, meningkatkan interaksi serta komunikasi masyarakat dengan staf serta media promosi dalam memperkenalkan produk dari masyarakat.

- b. Judul penelitian “Penerapan E-commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Penjualan Kripik UD Aduhai Gampong Karangnyar Kecamatan Langsa Baro Kota Langsa” (Irawan & Rizalul Akram, 2017) masalah pada penelitian ini adalah pemasaran yang masih bersifat tradisional yaitu pembeli datang langsung sehingga produksi didasarkan atas pesanan yang ada. Hal ini tentu saja sangat merugikan karena pembeli hanya sebatas yang mengetahui lokasinya dan sebatas masyarakat langsa. Pemasaran dengan metode konvensional memerlukan biaya tinggi, misalnya membuka cabang baru, ikut pameran, pembuatan dan penyebaran brosur dan sebagainya. Berkembangnya Internet menjadi sarana yang efisien untuk membuka jalur pemasaran model baru bagi produk UKM. Di samping biayanya relatif murah, dengan memanfaatkan Internet penyebaran informasi akan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas.
- c. Judul penelitian “Pembangunan Dan Pelatihan Pengelolaan Website Untuk Mendukung Promosi Kampung Wirausaha (E-LUN) Kelurahan Sisir Kota Batu” (Hayatin, Kurniawati, & Wahyuni, 2017) masalah pada penelitian ini adalah bagaimana menjadikan kampung wirausaha kelurahan Sisir, Batu Malang Jawa Timur menjadi ikon tempat wisata baru di Batu, bagaimana mempromosikan wirausaha E-Lun di luar kota Batu sehingga diharapkan dengan adanya website e-commerce ini sebagai media untuk membantu melakukan sosialisasi dan promosi kampung wirausaha E-Lun secara online dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil capaian dari kegiatan pengabdian masyarakat adalah pembuatan website kamtekbojofarm.com dan pelatihan mengelola website tersebut.

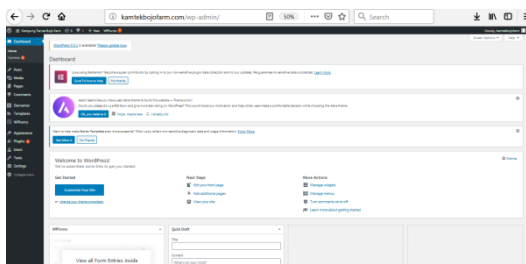
a. Website kamtekbojofarm.com

Tampilan dari website kamtekbojofarm.com dapat dilihat pada gambar 2. Menu yang ada pada web kamtekbojofarm meliputi Home, artikel berisi tulisan atau berita mengenai ternak kambing dan domba dari berbagai sumber, Sejarah berisi perkembangan sejarah berdirinya kampung ternak Bojo Farm (luas kandang, jumlah kambing dan domba, pemberian pakan dan teknik pemeliharaan ternak), Produk yang menampilkan produk kambing dan domba yang sehat dan siap jual, dan Menu cara pesan yang menampilkan nomor kontak dari pengelola kamtek Bojo Farm.



Gambar 2 Website kamtekbojofarm.com

Pada gambar 3 adalah halaman admin. Melalui halaman admin, pengelola, pengelola dapat mengubah dan menambahkan postingan halaman pada web kamtekbojofarm.



Gambar 3 Halaman admin website kamtekbojofarm.com

b. Pelatihan mengelola website

Sedangkan gambar 4 menjelaskan tentang dokumentasi dari pelatihan. Karena masa pandemi ini maka dilakukan secara online menggunakan video call whatsapp.

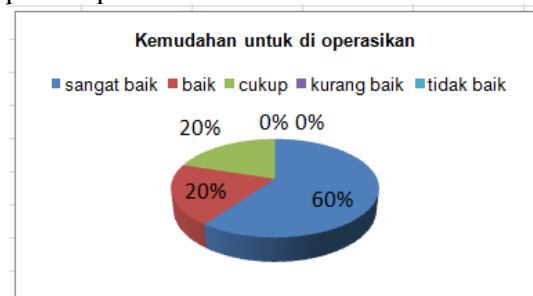


Gambar 4 Dokumentasi pelatihan pengelolaan website kamtekbojofarm.com

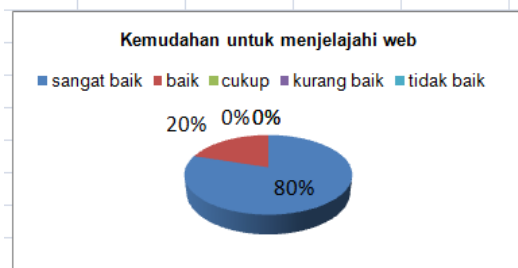
Pelatihan ditujukan untuk perwakilan pengelola pada kandang ternak Bojo Farm. Kurang lebih 5 orang yang kami undang, namun karena sesuatu hal 2 orang minta ijin tidak bisa mengikuti pelatihan *online* ini.

Pelatihan ini bertujuan untuk pendalaman konten dan cara penulisan artikel/liputan serta masalah teknis yang sering terjadi. Namun kami juga masih melakukan pendampingan dengan cara menerima pertanyaan dan menjawab dengan memberikan solusi apabila ada kesulitan ketika pengelola website kamtekbojofarm.com mengalami kendala dan kesulitan.

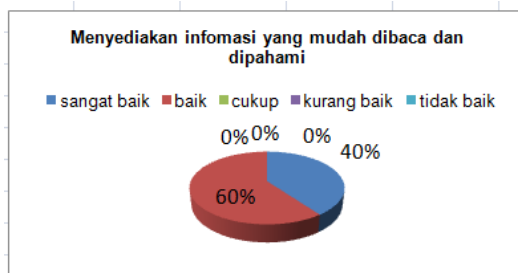
Berikut hasil jawaban kuisisioner dari peserta pelatihan :



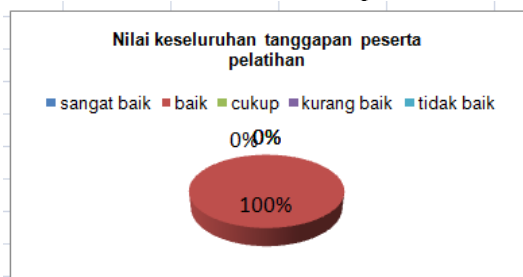
Gambar 5 Kemudahan untuk dioperasikan



Gambar 6 Kemudahan untuk menjelajahi web



Gambar 7 Menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami



Gambar 8 Nilai keseluruhan tanggapan peserta pelatihan

Berdasarkan data di atas, pelatihan pengelolaan website sebagai media promosi penjualan hewan pada kampung ternak bojo farm, Bogor pada kategori baik. Adapun komentar para peserta adalah mereka belum terbiasa menggunakan website.

Manfaat dari pelatihan ini adalah:

- Membiasakan peserta pelatihan menggunakan perangkat teknologi dan informasi untuk promosi penjualan hewan ternak.
- Meningkatnya keterampilan peserta pelatihan dalam menggunakan dan mengakses informasi yang tersedia di internet.
- Peserta pelatihan mampu melakukan pemasaran online secara mandiri dengan memposting ternaknya di website kamtekbojofarm.com.

## 5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dapat diselenggarakan dengan baik dan berjalan lancar sesuai dengan rencana dan target serta mendapat sambutan positif.

Adapun yang bisa disimpulkan dalam kegiatan abdimas ini adalah:

- Website kamtekbojofarm telah dibangun sudah dapat berjalan sesuai dengan perancangan awal.
- Secara keseluruhan, kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian diterima positif oleh mitra karena memberi manfaat yang besar terutama untuk mendukung promosi penjualan online kampung ternak Bojo Farm di Bogor.
- Nilai presentase pada pertanyaan kemudahan untuk dioperasikan adalah sangat baik 60%, baik 20%, cukup 20%, kurang baik 0% dan tidak baik 0%.
- Nilai presentase pada pertanyaan kemudahan untuk menjelajahi web adalah sangat baik 80%, baik 20%, cukup 0%, kurang baik 0% dan tidak baik 0%.
- Nilai presentase pada pertanyaan menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami adalah sangat baik 40%, baik 60%, cukup 20%, kurang baik 0% dan tidak baik 0%.
- Nilai presentase pada pertanyaan nilai keseluruhan tanggapan peserta pelatihan adalah sangat baik 0%, baik 100%, cukup 0%, kurang baik 0% dan tidak baik 0%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hayatin, N., Kurniawati, D., & Wahyuni, E. D. (2017). Pembangunan Dan Pelatihan Pengelolaan Website Untuk Mendukung Promosi Kampung Wirausaha (E-Lun) Kelurahan Sisir Kota Batu. *Jurnal Dedikasi*, 14(1693-3214), 50–54. Diambil dari <https://bit.ly/3bDT6uG>

- Irawan, H., & Rizalul Akram. (2017). Penerapan E-commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Penjualan Kripik UD Aduhai Gampong Karangnyar Kecamatan Langsa Baro Kota Langsa. *Seminar Nasional Teknik Industri [SNTI2017]*, (ISSN 2338-7122), 148–153.
- Lathifah Arief, M., Derisma, M., Desta Yolanda, M., Nefy Putri, M., Werman Kasoep, Mk., & Rahmi Eka Putri, M. (2017). *Pengembangan Dan Pelatihan Pengelolaan Website Berbasis Content Management System (CMS) Untuk Pemerintahan Nagari Dan Badan Usaha Milik Nagari (BUMNag) Kanagarian Durian Gadang*. Padang. Diambil dari <https://tinyurl.com/y43d7qqp>
- Praditya, I. I. (2017). Bisnis Ternak Kambing dan Domba Masih Menggiurkan di RI. Diambil 9 September 2020, dari <https://bit.ly/3jVq1Oc>