

Pemberdayaan Peternak Ayam Desa Lansot Timur Melalui Optimalisasi Layanan E-Commerce untuk Peningkatan Penjualan

Herry Langi¹, Marike Kondoj², Betsy Rooroh³, Nathaniel Bijang⁴, Eliezer Rongre⁵, Yoice Putung⁶, Anthoinete Waroh⁷, Fanny Doringin⁸, Johan Pongoh⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9} Jurusan Teknik Elektro, Politeknik Negeri Manado

Email : herrylangi@gmail.com

Abstrak

Program pemberdayaan peternak ayam di Desa Lansot Timur dilaksanakan untuk mengatasi keterbatasan akses pasar dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk ternak. Mayoritas peternak masih menggunakan metode konvensional sehingga jangkauan pemasaran sempit dan pendapatan tidak stabil. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kompetensi digital peternak melalui optimalisasi layanan e-commerce. Metode Participatory Rural Appraisal diterapkan agar peternak terlibat aktif dalam identifikasi masalah, pelatihan, dan evaluasi. Pelatihan meliputi penggunaan Facebook Marketplace dan teknik foto produk, pembuatan deskripsi, serta strategi promosi digital melalui website. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada literasi digital peternak, kemampuan mengelola website, dan adanya peningkatan interaksi dengan konsumen. Program ini membuktikan bahwa e-commerce efektif meningkatkan daya saing dan penjualan peternak secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Pemberdayaan, *E-Commerce*, Peternak Ayam.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital, khususnya di bidang *e-commerce*, telah membawa perubahan signifikan dalam cara pelaku usaha memasarkan dan menjual produk mereka. Di Indonesia, transformasi digital terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi distribusi, serta pendapatan pelaku usaha apabila diimplementasikan secara tepat dan berkelanjutan. Selain itu, sebagian besar peternak belum memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pemasaran hasil produksi mereka, sehingga jangkauan pemasaran mereka terbatas pada lingkup lokal.[1]

Desa Lansot Timur merupakan salah satu wilayah dengan potensi peternakan ayam yang cukup besar, di mana sebagian besar peternaknya masih mengandalkan metode pemasaran tradisional. Sistem pemasaran konvensional—seperti penjualan langsung kepada tengkulak atau konsumen lokal—membatasi jangkauan pasar dan rentan terhadap fluktuasi harga. Selain itu, kurangnya pemahaman dan keterampilan penggunaan teknologi digital menjadi faktor yang menghambat

peternak dalam memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas melalui platform *e-commerce*.

Melihat kondisi tersebut, pemberdayaan peternak ayam melalui optimalisasi layanan *e-commerce* menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka. Potensi pemanfaatan *e-commerce* sebagai solusi pengembangan ekonomi termasuk pasar peternakan, petani semakin relevan.[2] Pemberdayaan ini meliputi pelatihan penggunaan platform digital, pendampingan manajemen penjualan, pengemasan produk, serta strategi promosi berbasis digital. Dengan pemanfaatan *e-commerce*, peternak diharapkan dapat menjangkau konsumen secara lebih luas, meningkatkan volume penjualan, serta memperoleh pendapatan yang lebih stabil dan menguntungkan. Mengingat semakin populernya platform e-commerce dan meningkatnya adopsi pembayaran digital di kalangan konsumen, yang memiliki peluang untuk mencapai pertumbuhan yang signifikan melalui penerapan sistem informasi e-commerce.[3] Pemilihan media sosial dan e-commerce sebagai teknologi yang akan digunakan dikarenakan kedua hal

tersebut adalah solusi sederhana dan dapat dipahami dengan mudah. Pengguna media sosial dan e-commerce di Indonesia yang berjumlah jutaan dapat dijadikan sasaran pemasaran.[4] Dalam masalah utama yang dihadapi berbagai sektor usaha pun adalah terbatasnya akses pasar domestik dan global, akses pendanaan, dan akses keterampilan maka dari itu *e-commerce* dianggap sebagai solusi permasalahan tersebut.[5]

Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis proses pemberdayaan peternak ayam di Desa Lansot Timur melalui implementasi layanan *e-commerce*, serta mengevaluasi dampaknya terhadap peningkatan penjualan. Temuan dari kegiatan ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan program pemberdayaan berkelanjutan dan model pemanfaatan *e-commerce* bagi komunitas peternak di wilayah pedesaan.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Lansot Timur dengan melibatkan kelompok mitra peternak ayam lokal sebagai partisipan utama. Metode pelaksanaan yang diterapkan menggunakan pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA), yaitu metode yang menekankan pada keterlibatan aktif masyarakat dalam keseluruhan proses kegiatan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa solusi teknologi yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan riil dan kapasitas adaptasi mitra di lapangan. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama 6 kali kegiatan yang mencakup tahap persiapan, FGD, intervensi dan monitoring.



Gambar 1. Pembekelan *e-commerce* di desa Lansot

Tahapan pelaksanaan diawali dengan identifikasi masalah dan analisis kebutuhan (need assessment). Pengumpulan data pada tahap ini dilakukan melalui observasi partisipatif untuk mengamati proses bisnis peternakan yang sedang berjalan, serta wawancara dengan mitra dan perwakilan peternak guna menggali kendala pemasaran yang dihadapi. Selain itu, dilakukan Focus Group Discussion (FGD) untuk mengukur tingkat literasi digital awal mitra dan menyepakati jadwal serta materi pelatihan yang relevan.

Tahap intervensi dilakukan melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan intensif. Metode pelatihan menggabungkan ceramah interaktif, demonstrasi, dan praktik langsung (hands-on). Materi pelatihan disusun secara terstruktur meliputi: (1) Pengenalan dasar *e-commerce* dan potensi ekonomi digital; (2) Teknik fotografi produk menggunakan smartphone agar produk terlihat higienis dan menarik; (3) komunikasi pemasaran; serta (4) Manajemen operasional online di platform Facebook Marketplace. Selama sesi praktik, setiap peserta didampingi oleh tim pengabdian untuk memastikan mereka mampu membuat akun, mengunggah produk, dan merespons simulasi pesanan pembeli.



Gambar 2. Tanda tangan pelatihan tentang *e-commerce* di desa Lansot

Evaluasi keberhasilan program dilakukan dalam bentuk tanya jawab untuk menilai perubahan keterampilan teknis mitra dalam mengoperasikan perangkat digital. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan perubahan perilaku ekonomi mitra, serta analisis komparatif sederhana untuk melihat keberhasilan promosi selama periode monitoring.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Peningkatan Kompetensi Digital dan Literasi

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dalam aspek kemampuan digital mitra. Sebelum kegiatan, peternak hanya mengandalkan jaringan informal dan komunikasi lisan untuk pemasaran. Pasca-pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman mitra sebesar 70% terkait penggunaan fitur dasar *e-commerce*. Para peserta kini memahami urgensi kualitas konten visual dan mampu menghasilkan foto produk dengan pencahayaan yang memadai serta latar belakang bersih. Selain itu, mereka juga mampu menyusun deskripsi produk yang informatif mencakup berat, jenis, kondisi kesehatan, dan pakan. Transformasi ini sangat krusial karena dalam ekosistem *e-commerce*, visual produk adalah faktor utama penentu keputusan pembelian konsumen

3.2 Implementasi E-Commerce dan Perluasan Pasar

Implementasi nyata dari program ini terlihat dari terbentuknya "toko online"

mandiri milik peternak berbasis website. Platform ini dipilih karena karakteristiknya yang *user-friendly* dan memiliki basis pengguna lokal yang besar. Indikator keberhasilan implementasi ini ditandai dengan tersedianya informasi yang dapat diakses 24 jam oleh calon pembeli. Selain itu, interaksi aktif dengan konsumen mulai bermunculan berupa pertanyaan harga, ketersediaan stok, dan permintaan dari pembeli di luar lokasi mitra yang sebelumnya tidak terjangkau.



Gambar 3. Sosialisasi *e-commerce*



4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Kegiatan pemberdayaan ini berhasil meningkatkan kompetensi digital peternak ayam Desa Lansot Timur secara signifikan. Optimalisasi layanan *e-commerce* terbukti efektif sebagai solusi strategis dalam memecahkan masalah ketergantungan pasar dan fluktuasi harga. Indikator keberhasilan terlihat dari kemampuan peternak mengelola pemasaran digital mandiri, perluasan jangkauan pasar hingga ke luar

desa, serta peningkatan pendapatan riil mitra.

4.2 Saran

Demi keberlanjutan program, disarankan adanya pembentukan koperasi digital desa yang dapat menaungi para peternak untuk menjaga stabilitas harga dan standar kualitas. Selain itu, diperlukan perluasan kerjasama dengan jasa logistik lokal untuk memfasilitasi pengiriman produk segar yang aman dan cepat ke konsumen yang lebih jauh.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Furqani, D. Kurniawati, L. M. Husada, and M. Kurdi, "PENDAMPINGAN PEMASARAN HASIL TERNAK AYAM PETELUR DI DESA BANGKAL, SUMENEP UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PETERNAK".
- [2] N. Fitriana *et al.*, "PERLUASAN PASAR UMKM AYAM ORGANIK AK MELALUI PEMANFAATAN E-COMMERCE," vol. 5, no. 1, 2025.
- [3] Z. Zaidir, V. W. Sujarweni, and E. Erizal, "Pelatihan Sistem Informasi E-Commerce untuk Optimalisasi Proses Konsumen, Produksi, dan

Pemasaran bagi Pelaku UMKM pada Sentra Industri Ayam Goreng Maju Makmur Kalasan Yogyakarta: E-Commerce Information System Training to Enhance Consumer, Production and Marketing Processes for MSMEs at the Maju Makmur Fried Chicken Industrial Center Kalasan Yogyakarta," *PengabdianMu J. Ilm. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 9, no. 11, pp. 1963–1975, Nov. 2024, doi: 10.33084/pengabdianmu.v9i11.7960.

- [4] D. Alridhani and A. G. Persada, "Implementasi Media Sosial dan E-commerce untuk Meningkatkan Pemasaran Hasil Pertanian Sayur dan Peternakan (Studi Kasus: Desa Sumberejo)".
- [5] M. Liandana *et al.*, "Pemanfaatan Digital Marketing dan Sistem Pengelolaan Stok pada Usaha Ternak Ayam Caru di Desa Serampingan Tabanan".

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada P3M, Mitra kegiatan serta Politeknik Negeri Manado yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini.

.