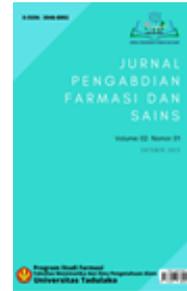




Jurnal Pengabdian Farmasi dan Sains (JPFS)
Vol. 02 No.01 (Oktober 2023)
e-ISSN : 3046-8892
<https://bestjournal.untad.ac.id/index.php/JPFS>



PELATIHAN PERLUASAN PEMASARAN PRODUK UNGGULAN DAERAH PADA KELOMPOK PERTERNAK PUYUH DESA BINANGGA MENGGUNAKAN E-COMMERCE

Rahmah Laila¹, Hajra Rasmita Ngemba², Ahmad Imam Abdullah³, Salhudin⁴, Syaiful
Hendra⁵, Noel Marcell Jonathan Wongkar⁶, Andika Dwiyanto⁷

^{1,5}Dosen Program Studi Teknik Informatika, Universitas Tadulako Palu

²Dosen Program Studi Sistem Informasi, Universitas Tadulako Palu

³Dosen Program Studi Teknik Geologi, Universitas Tadulako Palu

⁴Laboran Fakultas Teknik, Universitas Tadulako Palu

⁶Mahasiswa Program Studi Sistem Informasi, Universitas Tadulako Palu

⁷Mahasiswa Program Studi Teknik Informatika, Universitas Tadulako Palu

*E-mail: hajra.rasmita@gmail.com

ABSTRACT

Riwayat Artikel:

Dikirim : 8 September 2023

Direvisi : 30 Oktober 2023

Diterima : 31 Oktober 2023

Sitasi :

Laila *et al.*, 2023, Pelatihan
Perluasan Pemasaran Produk
Unggulan Daerah Pada
Kelompok Peternak Puyuh
Desa Binangga
Menggunakan E-Commerce.
*Jurnal Pengabdian Farmasi
dan Sains*. Volume 02,
Nomor 01, Oktober 2023.

The demand for quail eggs is increasing day by day as the population increases. However, the amount of public demand for quail eggs has not been supported by the knowledge and abilities of breeders regarding business development. This resulted in not optimal development of the quail livestock business. Marketing is also still carried out in a traditional way and is still unable to compete with the promotion of products from other provinces. The aim of this activity is to provide guidance on how to utilize technology for effective marketing of quail egg sales and for business development and marketing methods. The socialization activities carried out are by providing material, training on the use of applications and discussions with partners. The outreach that has been carried out is very useful for breeders to develop breeders' knowledge and skills in sales and marketing. This is proven by the achievement of the targeted results by the service team in the form of direct application using the application and participants successfully registering their accounts on the marketplace properly.

Keywords: Quail Eggs; Breeders; e-commerce; Marketplace; Sigi

ABSTRAK

Permintaan telur burung puyuh semakin hari semakin meningkat

seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk. Tetapi dari jumlah permintaan masyarakat akan telur burung puyuh tersebut belum didukung oleh pengetahuan dan kemampuan para peternak mengenai pengembangan usaha. Hal ini berakibat pada tidak maksimalnya perkembangan usaha ternak puyuh. Pemasaran juga masih dilakukan secara tradisional dan masih kalah saing dengan promosi produk dari provinsi lain. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pembinaan tentang bagaimana cara memanfaatkan teknologi untuk pemasaran penjualan telur puyuh yang efektif dan untuk pengembangan usaha dan cara pemasarannya. Adapun kegiatan sosialisasi yang dilakukan adalah dengan pemberian materi, pelatihan penggunaan aplikasi serta diskusi dengan mitra. Sosialisasi yang telah dilakukan sangat bermanfaat buat para peternak untuk mengembangkan pengetahuan dan skill peternak dalam melakukan penjualan dan merketing. Hal ini terbukti dengan ketercapaian hasil yang ditargetkan oleh tim pengabdian berupa pengaplikasian secara langsung penggunaan aplikasi dan peserta berhasil mendaftarkan akun mereka pada marketplace dengan baik.

Kata Kunci : Telur Puyuh; Peternak; e-commerce; Marketplace; Sigi

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia sebagian besar pasti sudah menikmati sedapnya telur puyuh. Puyuh merupakan jenis burung yang tidak dapat terbang, ukuran tubuhnya relatif kecil, berkaki pendek dan dapat diadu. Burung puyuh disebut juga gemak (dalam bahasa Jawa). Bahasa asingnya disebut "Quail", merupakan bangsa burung liar yang pertama kali dternakkan di Amerika Serikat, tahun 1870, dan terus dikembangkan ke penjuru dunia. Sedangkan di Indonesia cara beternak burung puyuh mulai dikenal, dan dikembangkan semenjak akhir tahun 1979. Berternak burung puyuh sangat mudah diterapkan. Dengan tingkat kebutuhan pasar yang tinggi menjadikan burung puyuh ini sebagai peluang usaha yang menjanjikan. Meskipun bukan merupakan kebutuhan pokok hidup orang banyak dan kurang populer dibandingkan dengan ternak ayam, ternak lele, ternak sapi, ternak kambing dan ternak lain-lain, usaha ternak puyuh tidak akan surut, terus berkembang dan semakin memasyarakat. Di Kabupaten Sigi terdapat terdapat banyak peternak Puyuh karena Di desa kabupaten Sigi merupakan tempat yang cocok untuk beternak Burung Puyuh. Desa di wilayah kabupaten Sigi termasuk Binagga memiliki akses jalan yang mudah untuk menjual hasil produksi dan mudah dalam mencari pakan untuk ternak puyuh. Didukung dengan suasana desa yang tidak bising oleh lalu lintas kendaraan bermotor. Sehingga para peternak mempunyai kesempatan yang banyak untuk mengembangkan usaha.

Permintaan telur burung puyuh semakin hari semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk. Dengan kandungan gizi yang cukup baik, telur burung puyuh banyak di konsumsi oleh masyarakat kita. Banyak olahan makanan dan cemilan terbuat dari puyuh. Tetapi dari jumlah permintaan masyarakat akan telur burung puyuh tersebut belum didukung oleh pengetahuan dan kemampuan para peternak mengenai pengembangan usaha. Hal ini berakibat pada tidak maksimalnya perkembangan usaha ternak puyuh. Saat ini banyak peternak yang hanya bisa beroperasi saja tanpa memikirkan sejauh mana tingkat perkembangan usaha mereka. Pemasaran juga masih dilakukan secara tradisional dan masih kalah saing dengan promosi produk dari provinsi lain seperti Sulawesi Selatan.

Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pembinaan tentang bagaimana cara memanfaatkan teknologi untuk pemasaran penjualan telur puyuh yang efektif dan untuk pengembangan usaha dan cara pemasarannya. Kegiatan ini diharapkan dapat memotivasi masyarakat sekitar yang tertarik untuk beternak burung puyuh. Kegiatan ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai pedoman bagi peternak puyuh di kabupaten lainnya untuk pengembangan usaha. Penelitian (Rohmaniyah dan Nurhayati, 2017) memberikan hasil orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas pemasaran, kualitas jaringan dan kinerja pemasaran. Hal ini berarti semakin tinggi orientasi pasar, perusahaan dapat mengetahui, memahami, dan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga dibutuhkan kreativitas pemasaran dan kualitas jaringan yang baik bisa untuk meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan. Ini dapat dilakukan dengan melihat frekuensi pertemuan dengan pelanggan, interaksi dengan pelanggan, berbicara tentang taktik dan strategi pesaing, mengadakan pertemuan untuk membahas perkembangan pasar, serta tanggap terhadap perubahan harga pesaing.

Penelitian (Destia, dkk, 2017) hasilnya adalah ukuran kandang berpengaruh terhadap konsumsi ransum, rata-rata bobot telur, konversi ransum, quail day production dan jumlah bobot telur puyuh,

sehingga dapat meningkatkan produktivitas puyuh pada periode produksi. Hasil penelitian yang dilakukan (Damayanti, dkk, 2018) adalah pemberian pakan komersial yang ditambahkan dengan tepung jintan memberikan pengaruh yang nyata pada rata-rata bobot telur. Sedangkan penelitian (Lubis, (2014) menghasilkan suplementasi selenium organik dan vitamin E dalam pakan induk dapat memperbaiki performa anak. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan bobot tetas anak dan penurunan mortalitas. Hasil penelitian (Basharta dan Sudrajat, 2017) pemberian tepung jahe dan tepung kunyit tidak berpengaruh terhadap konsumsi pakan, bobot telur, konversi pakan, deplesi, dan produksi telur puyuh periode layer, tetapi hanya dengan pemberian tepung jahe saja dapat meningkatkan produksi telur. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Fadila, dkk, 2018) hasilnya adalah penambahan tepung bawang putih pada pakan dapat meningkatkan kualitas telur puyuh terutama pada kualitas warna kuning telur puyuh.

Desa Binangga Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi memiliki potensi untuk peternak telur Puyuh. Karena lingkungan desanya sangat mendukung banyak bahan pakan hasil bumi dan susasana tenang untuk usaha peternakan. Namun yang jadi kendala di desa tersebut adalah sehingga penjualan telur puyuh dan pemasarannya belum maksimal. Banyak pula warga yang belum mempunyai pengetahuan tentang penjualan online melalui E-Commerce Oleh karena itu, dirasakan perlu dan bermanfaat, untuk mengadakan pelatihan e-commerce. Kegiatan ini, mempunyai tujuan, agar masyarakat mendapatkan pengetahuan tentang penjualan online dan pemasaran melalui E-Commerce Kegiatan ini secara juga sebagai langkah untuk mendukung usaha wirausaha masyarakat, peningkatan pemberdayaan sumber daya manusia di wilayah kabupaten Sigi. Dengan diadakan pelatihan ini, diharapkan masyarakat mempunyai pengetahuan konsep dasar tentang E-Commerce dan menerapkannya untuk usaha mereka, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Hal tersebut mendasari perlunya dilakukan pengabdian pada masyarakat yang dimaksudkan memberi Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Kelompok Usaha Kacang Dipa Desa Sunju Untuk Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Unggulan Sulawesi Tengah.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk melaksanakan program Pengabdian adalah Pelatihan Perluasan Pemasaran Produk Unggulan Daerah Dibidang Perternakan Pada Kelompok Perternak Puyuh Desa Binangga Menggunakan E-commerce. Pelatihan dilakukan dengan pemberian materi, pelatihan, simulasi serta diskusi dengan mitra. Selanjutnya akan dilaksanakan evaluasi dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pelatihan yang diberikan dapat diserap dan digunakan oleh peserta pelatihan. Dari hasil evaluasi tersebut akan diukur dampak pelatihan yang diberikan kepada para peserta. Adapun langkah-langkah dari metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang berupa pelatihan pada kelompok peternak di kabupaten Sigi sebagai mitra adalah sebagai berikut:

1. Persiapan

Langkah awal persiapan yang dilakukan adalah dengan cara melakukan observasi dan berdiskusi dengan mitra tentang permasalahan yang dihadapi. Permasalahan yang dihadapi adalah masih belum maksimalnya penjualan dan marketing telur puyuh sehingga peternak masih terbatas dalam memasarkan produk mereka. Banyak telur yang kurang laku karena penjualan yang terbatas dan masyarakat belum tau dimana lokasi penjualan telur puyuh selain di pasar tradisional. Kemudian tim mengumpulkan informasi dari berbagai sumber. Setelah itu tim pengabdian menentukan target dan tempat pelaksanaan pelatihan. Tim pengabdian juga mengurus perijinan pengabdian dan berkonsultasi dengan Ketua Kelompok peternak puyuh. Setelah itu Tim pengabdian melakukan persiapan pelatihan dengan melibatkan kelompok peternak puyuh.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan ini langkah pertama yang dilakukan adalah mengirimkan undangan pada para peternak puyuh yang ada di kabupaten Sigi. Tahap selanjutnya adalah penyusunan materi yaitu dengan pembuatan buku panduan penggunaan aplikasi dan juga materi tentang marketing menggunakan e-commerce. Panduan yang dibuatkan mulai dari tahap awal penggunaan aplikasi sampai tahap penjualan produk. Selanjutnya, Pelatihan langsung penggunaan aplikasi oleh kelompok peternak puyuh dengan melibatkan mahasiswa disaat pelatihan. Peserta yang hadir mengisi daftar hadir dan diberikan buku panduan dan sertifikat kegiatan. Harapannya setelah dilakukan pelatihan para peserta dapat menggunakan aplikasi dan menerapkan apa yang telah diajarkan.

HASIL

1. Realisasi Pemecahan Masalah

Dalam memecahkan masalah yang dihadapi oleh para peternak puyuh di kabupaten Sigi dalam hal

penjualan dan marketing telur puyuh, tim pengabdian berupaya untuk merelisasikan beberapa hal berupa penyampaian materi pelatihan, cara mengakses aplikasi dan mendownload aplikasi yang tidak berbayar dan pelatihan penggunaan aplikasi secara mandiri. Adapun tahap proses pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada para peternak sebagai berikut :

- a. Kegiatan diawali dengan registrasi peserta dan pengisian identitas secara umum.
- b. Berikutnya dilakukan kegiatan pembukaan secara formal yang dipimpin langsung oleh ketua tim pengabdian.
- c. Setelah kegiatan pembukaan, dilanjutkan dengan pemberian materi yang dibagi menjadi dua sesi.
- d. Acara berikutnya adalah penyajian materi. Materi pertama yaitu materi tentang e-commerce untuk mendukung penjualan dan marketing produk telur puyuh, setelah itu masuk sesi kedua yaitu pelatihan penggunaan aplikasi untuk marketing telur puyuh dan pelatihan penggunaan marketplace untuk memasarkan produk mereka. Pelatihan dengan langsung simulasi aplikasi oleh peserta
- e. Selanjutnya diikuti dengan diskusi dan tanya jawab, untuk memastikan bahwa materi dan praktek langsung bisa dilakukan dengan baik.
- f. Acara terakhir adalah penutupan acara sekaligus melaksanakan evaluasi terhadap para peserta. Harapannya agar tim pengabdian mengetahui sejauh mana materi yang disampaikan dapat diserap dan dipahami oleh peserta.

Penyelenggaraan sosialisasi ini dimulai dari jam 08.00 WITA sampai dengan pukul 16.00 WITA pada tanggal 3 Agustus 2023 tempat yang digunakan adalah laboratorium SMKN 1 Sigi. Kegiatan sosialisasi ini berjalan dengan baik dan lancar. Semua peserta menggunakan komputer yang ada di Laboratorium dan tim pengabdian maupun mahasiswa membantu para peserta dalam menjalankan aplikasi.

2. Hasil Kegiatan Pelatihan Marketplace

Kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian memberikan tambahan pengetahuan kepada para kelompok peternak puyuh khususnya dalam hal penggunaan aplikasi yang berguna untuk marketing dan penjualan telur puyuh. Pengetahuan mereka dapat dievaluasi melalui cara mereka dalam mengaplikasikan aplikasi dengan mencoba memasarkan produk mereka pada marketplace. Adapun hasil yang telah dicapai dalam kegiatan pengabdian ini adalah :

- a. Bagi para peternak yang belum pernah melihat atau menggunakan aplikasi marketing dan e-commerce, kini mereka sudah mulai memahami.
- b. Bagi para peternak yang sudah pernah melihat namun belum pernah menggunakan aplikasi e-commerce, kini mereka sudah mulai lancar untuk mengaplikasikannya.
- c. Peternak sudah bisa membuat desain produk mereka yang lebih menarik yang bisa dipasarkan di marketplace.

3. Dokumentasi Kegiatan Sosialisasi

Beberapa dokumentasi selama kegiatan pelatihan berlangsung dapat disajikan sebagai berikut :

- a. Kegiatan pembukaan oleh Ketua Tim sekaligus Materi Sesi Pertama



Gambar 1. Ketua Tim Membuka Acara Kegiatan Pengabdian



Gambar 2. Ketua Tim memberikan Materi Sesi 1

- b. Penyajian Materi Tentang Aplikasi E-commerce oleh Ir. Syaiful Hendra, S.Kom., M.Kom



Gambar 3.Sesi Materi Kedua



Gambar 4.Praktek Menggunakan Aplikasi Sesi Materi Kedua

- c. Kegiatan Diskusi dan Tanya Jawab



Gambar 5. Pendampingan Peternak Puyuh

- d. Pendampingan dosen dan mahasiswa saat praktek penggunaan aplikasi



Gambar 6. Mahasiswa Mendampingi Peserta Pelatihan

- e. Hasil Desain Salah Satu Peternak Puyuh Saat Pelatihan



Gambar 7. Hasil Desain Salah Satu Peserta

- f. Tim Pengabdian bersama dengan Para peternak puyuh Kabupaten Sigi



Gambar 8. Foto bersama Peserta dan Tim Pengabdian

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan e-commerce sangat membantu para peternak puyuh kabupaten Sigi agar pihak sasaran memiliki kemampuan dalam menggunakan *aplikasi* dan Kegiatan pelatihan ini juga diikuti dengan metode diskusi dan pemberian solusi. Hal ini dilakukan dengan cara tim pengabdian berdiskusi dengan pihak sasaran terkait kesulitan yang dihadapi dalam penggunaan aplikasi dan tim pengabdian juga membuat grup WA untuk tetap berkolaborasi. Saran yang bisa dilakukan kedepannya untuk pengabdian selanjutnya adalah :

1. Peternak bisa mencoba berbagai marketplace untuk memasarkan produk mereka.
2. Peternak juga bisa memaksimalkan sosial media dalam marketing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Fakultas Teknik Universitas Tadulako yang telah memberikan pendanaan untuk pengabdian DIPA Fakultas Teknik ini melalui Skema Produk Program Unggulan Daerah Tahun 2023

DAFTAR PUSTAKA

- Basharta, S, Nur, H, dan Sudrajat, D. (2017). Pemberian Tepung Jahe (*Zingiber Officinale*) Dan Tepung Kunyit (*Curcuma Domestica*) Pada Pakan Komersial Terhadap Performa Puyuh (*Coturnix Coturnix Japonica*) Periode Layer. *Jurnal Peternakan Nusantara*, 103-109.
- Damayanti, F, Nur, H, Anggraeni. (2018). Pemberian Tepung Bawang Putih Dan Tepung Jintan Pada Pakan Komersial Terhadap Performa Puyuh (*Coturnix Coturnix Japonica*) Periode Awal Produksi. *Jurnal Peternakan Nusantara*, 1-12.
- Destia, M, Sudrajat, D, Dihansih, E. (2017). Pengaruh Rasio Panjang Dan Lebar Kandang Terhadap Produktivitas Burung Puyuh. *Jurnal Peternakan Nusantara*, 57-64.
- Fadila, U, Kardaya, D dan Dihansih, E. (2018). Kualitas Telur Puyuh (*Coturnix Coturnix Japonica*) Yang Diberi Pakan Komersial Dengan Penambahan Tepung Bawang Putih Dan Tepung Jintan. *Jurnal Peternakan Nusantara*, 19-24.
- Lubis, F. (2014). Suplementasi Selenium Organik dan Vitamin E dalam Pakan Induk terhadap. *Jurnal Peternakan Nusantara*, 65-74.
- Rohmaniyah, A dan Nurhayati, T. (2017). Peningkatan Kreativitas Pemasaran Dan Kualitas Networking

- Berbasis Orientasi. Ekobis, 149-163.
- Septyato, Dihin dan Ignatius Joko Dewanto. Pengembangan Strategi Emarketing UMKM di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Dinamika Global : Rebranding Keunggulan Kompetitif Berbasis Kearifan Lokal. ISBN 978-602-60569-2-4
- Silvia, Bertha Sutejo. 2006. Internet Marketing : Konsep dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran. Jurnal Manajemen Vol. 6 No. 1, November 2006.
- Wuryadi, Slamet. 2014. Beternak dan Berbisnis Puyuh : 3,5 Bulan Balik Modal. PT AgroMedia Pustaka, Jakarta. www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-southeast-asia
- Yadaf M, Y. Joshi, Z. Rahman. 2015. Mobile Social Media : The New Hybrid Elemen of Digital Marketing Communication. Procedia-Social and Behavioral Sciences. 189 (2015) 335-343. Elsevier.