

Mengembangkan Potensi Peternak Ayam Petelur di Masa Pandemi Melalui *Digital Preneur*

Rian Andriani¹

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, rian_andriani@ars.ac.id

Chairil M Noor²

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

Kristian Ismail³

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

Willma Fauzzia⁴

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, willmafauzzia@ars.ac.id

Fanny Agustina Hidayat⁵

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, fannyagustina11@gmail.com

Abstrak

Permasalahan UMKM pada masa pandemi COVID-19 saat ini salah satunya adalah keterbatasan dalam hal transaksi jual beli. Dengan adanya pembatasan kegiatan jual beli tersebut, pelaku bisnis dituntut untuk dapat memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan bisnisnya. Hal ini juga berlaku bagi para peternak telur yang tergabung di Pratani Training Farm. Para peternak ayam petelur yang tergabung di Pratani Training Farm memiliki potensi untuk dikembangkan dengan pemberdayaan kewirausahaan menggunakan *digitalpreneurship*. Magister Manajemen Ars University melakukan kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan mengadakan kegiatan *workshop* untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan serta mensosialisasikan tentang *digitalpreneur*. Bentuk kegiatan yang dilakukan yaitu berupa pelatihan dengan para dosen Magister Manajemen Ars University serta para peternak telur yang tergabung di Pratani Training Farm. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan mutu dan kualitas produksi yang secara langsung juga dapat meningkatkan pendapatan para peternak ayam petelur.

Kata kunci : *digitalpreneur*, peternak ayam, potensi

Abstract

One of the problems with MSMEs during the current COVID-19 pandemic is the limitation in terms of buying and selling transactions. With the restrictions on buying and selling activities, business people are required to be able to take advantage of technology in developing their business. This also applies to egg farmers who are members of the Pratani Training Farm. The laying hens who are members of the Pratani Training Farm have the potential to be developed by empowering entrepreneurship using digitalpreneurship. Master of Management Ars University conducts Community Service activities by holding workshops to provide knowledge and skills as well as socialize about digitalpreneurs. The form of activity carried out is in the form of training with Ars University Master of Management lecturers and egg breeders who are members of the Pratani Training Farm. This activity is expected to improve the quality and quality of production which can also directly increase the income of laying hens farmers.

Keywords: *digitalpreneur*, chicken breeder, potential

Pendahuluan

Revolusi industri 4.0 memberikan dampak yang luas bagi perekonomian di seluruh dunia termasuk Indonesia. Pada tahun 2010 munculnya rekayasa intelegensia dan internet of thing sebagai tulang punggung pergerakan dan konektivitas manusia dan mesin, menjadi latar belakang terciptanya Revolusi Industri 4.0 (Prasetyo, 2018).

Tidak dapat dipungkiri adanya era Industri 4.0 banyak menciptakan jenis pekerjaan baru dengan berbasis digital (*digitalpreneur*). Selain revolusi industri 4.0, munculnya pandemic Covid 19 juga membawa perubahan besar dalam kehidupan.

Pandemi COVID-19 telah berlangsung selama kurang lebih dua tahun di Indonesia. Selain berdampak pada aspek kesehatan, pandemi ini juga berdampak pada aspek lainnya, yaitu: aspek ekonomi, sosial, pendidikan, agama, budaya hingga politik. Demi menghambat dan memutus mata rantai penyebaran COVID-19, pemerintah mengeluarkan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) terhadap semua aspek kemasyarakatan. Dengan adanya PPKM tersebut menyebabkan masyarakat harus beradaptasi dengan menerapkan kondisi normal baru (Azanella, 2020). Masyarakat diharuskan beradaptasi terhadap pembatasan aktivitas dan mobilitas dalam kondisi normal baru.

Pembatasan aktivitas dan mobilitas ini tentunya berdampak pada aspek ekonomi. Terjadi perubahan dalam melakukan aktivitas ekonomi terutama aktivitas pencaharian, baik di sektor formal maupun informal. Kegiatan ekonomi jual-beli pun menjadi terbatas dikarenakan aturan PPKM tersebut. Munculnya pandemi COVID-19 juga membawa perubahan besar salah satunya perubahan dalam siklus bisnis yang merupakan suatu efek dari pengurangan aktivitas yang memaksa para pelaku bisnis melakukan beragam inovasi dan upaya untuk beradaptasi dengan situasi yang ada saat ini. (Asyhari et al, 2021).

Sektor Usaha Mikro Kecil (UMKM) merupakan salah satu sector yang ikut berperan penting dalam mendorong perkembangan perekonomian Negara. Permasalahan UMKM pada masa pandemi COVID-19 saat ini salah satunya adalah keterbatasan dalam hal transaksi jual beli. Dengan adanya pembatasan kegiatan jual beli tersebut, pelaku bisnis dituntut untuk dapat memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan bisnisnya. Hal ini juga berlaku bagi para peternak telur yang tergabung di Pratani Training Farm.

Para peternak ayam petelur yang tergabung di Pratani Training Farm memiliki potensi untuk dikembangkan dengan pemberdayaan kewirausahaan menggunakan *digitalpreneurship*.

Digitalpreneurship merupakan salah satu dimensi entrepreneur yang menggunakan ICT sebagai bagian dari media bisnisnya (Nur'aeni et al, 2018). Sebagai Negara dengan penduduk keempat terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk pengembangan *digitalpreneur*. Fansuri & Lubis (2020) menyatakan *digitalpreneur* merupakan jenis wirausahawan yang menggeluti bisnisnya melalui jaringan internet sebagai tempat jual/beli produk (barang/jasa) berbasis online. Singkatnya, *digitalpreneur* merupakan seorang wirausaha yang memanfaatkan TIK dalam mengembangkan usahanya.

Berdasarkan analisis situasi dapat teridentifikasi bahwa permasalahan yang dihadapi mitra adalah perlu adanya peningkatan pengetahuan tentang *digitalpreneur*

untuk mengembangkan usahanya. Merespon kondisi tersebut, Magister Manajemen Ars University melakukan kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan mengadakan kegiatan *workshop* untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan serta mensosialisasikan tentang *digitalpreneur*. Bentuk kegiatan yang dilakukan yaitu berupa pelatihan dengan para dosen Magister Manajemen Ars University serta para peternak telur yang tergabung di Pratani Training Farm. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan mutu dan kualitas produksi yang secara langsung juga dapat meningkatkan pendapatan para peternak telur.

Metode

Kegiatan pelatihan ini dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu (1) pengamatan secara langsung kegiatan para peternak telur yang tergabung di Pratani Training Farm; (2) wawancara dengan para peternak telur yang tergabung di Pratani Training Farm; (3) pelatihan untuk memaparkan materi *digitalpreneur* yang telah disusun oleh tim pelaksana; (4) diskusi dan tanya jawab antara pemateri dan peserta mengenai *digitalpreneur*.

Hasil dan Pembahasan

Entrepreneurship dan Digitalpreneurship

Digitalpreneurship adalah salah satu cabang dari entrepreneurship yang sebagian atau seluruh komponen yang terdapat di dalamnya telah didigitalkan. Jadi *digitalpreneurship* merubah segala sesuatu yang berhubungan dengan kegiatan entrepreneurship menjadi digital. Salah satu perbedaan utama antara *digitalpreneurship* dan entrepreneurship adalah dari segi pemasarannya. Tingkat digitalisasi mungkin terbagi menjadi: (1) tingkat pemasaran digital yang dilakukan oleh perusahaan, (2) digital perusahaan penjualan, (3) sifat digital dari barang atau jasa perusahaan, (4) potensi distribusi digital dari barang atau jasa, (5) potensi interaksi digital dengan pemangku kepentingan eksternal utama dalam rantai nilai, dan (6) potensi digital dari aktivitas internal virtual yang terkait dengan operasi.

Digitalpreneur

Menurut Hull et al (2007) *digitalpreneur* dapat dibagi menjadi tiga jenis. Yang pertama, *digitalpreneur* ringan, dimana aspek digital digunakan hanya sebagai penunjang. Yang kedua, *digitalpreneur* moderat, jenis ini memiliki fokus yang besar pada produk digital, pengiriman digital atau komponen digital lainnya dari sebuah bisnis. Pada jenis ini diperlukan infrastruktur digital yang baik. Ketiga adalah *digitalpreneur* ekstrim yang berarti seluruh komponen usahanya adalah digital, termasuk produksi, barang atau layanan itu sendiri, periklanan, distribusi, dan pelanggan.

Masih menurut Hull et al (2007), perbedaan antara entrepreneurship dan *digitalpreneurship* dapat dilihat dalam konteks kemudahan masuk, kemudahan pembuatan dan penyimpanan, kemudahan distribusi di pasar digital, tempat kerja digital, barang digital, layanan digital, dan komitmen digital.

1. Kemudahan masuk

Kemudahan untuk jadi *digitalpreneur* ditunjang oleh perusahaan-perusahaan penyedia layanan digital. Pelaku bisnis bisa membuat toko digitalnya dengan sangat mudah.

2. Kemudahan pembuatan dan penyimpanan

Produk digital bisa menghemat biaya karena barang yang sudah diproduksi sesuai pesanan tidak memerlukan gudang sebagai tempat penyimpanan.

3. Kemudahan distribusi di pasar digital

Bisnis digital memungkinkan produk dikirim ke seluruh dunia dengan cepat dan murah.

4. Tempat kerja digital

Bisnis bisa dijalankan dimanapun tanpa harus membuat tempat kerja khusus.

5. Barang digital

Menjual barang digital memberikan keuntungan yang besar, produk dapat dimodifikasi dengan mudah, inovasi pun terus menerus dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

6. Layanan digital

Layanan pelanggan dilakukan secara digital agar menghemat pengeluaran tetapi tetap dapat melayani pelanggan dengan baik.

7. Komitmen digital

Tidak adanya toko fisik membuat komitmen menjadi samar, inilah tantangan untuk *digitalpreneur* dalam berkomitmen untuk kemajuan bisnisnya.

Digitalpreneur sangat dibutuhkan untuk mengembangkan potensi para peternak ayam petelur di kondisi pandemi saat ini dimana adanya pembatasan kegiatan jual beli. Pratani Training Farm merupakan usaha di bidang pelatihan kewirausahaan di bidang tani dan ternak yang di dalamnya berisi para peternak ayam petelur. Permasalahan yang dihadapi oleh para peternak ayam petelur adalah belum cukup memiliki ilmu pengetahuan dan wawasan yang memadai mengenai *digitalpreneur*. Fansuri & Lubis (2020) menyatakan *digitalpreneur* merupakan jenis wirausahawan yang menggeluti bisnisnya melalui jaringan internet sebagai tempat jual/beli produk (barang/jasa) berbasis online. Singkatnya, *digitalpreneur* merupakan seorang wirausaha yang memanfaatkan TIK dalam mengembangkan usahanya.

Indonesia mengalami beberapa tahap perkembangan perekonomian yaitu abad 18 masa ekonomi pertanian, abad 19 ekonomi industri, abad 20 ekonomi informasi dan abad 21 sekarang ini masuk pada ekonomi kreatif dan digital. Ekonomi kreatif menjadi salah satu konsep untuk pengembangan perekonomian di Indonesia. Dimana Indonesia bisa mengembangkan model ide dan talenta dari rakyat untuk dapat menginovasi dan menciptakan suatu hal. Pola pikir kreatif sangat diperlukan untuk tetap tumbuh berkembang serta bertahan dimasa yang akan datang (Purnomo, 2016).

Pertumbuhan ekonomi yang terjadi di Indonesia selama tahun 2017 didorong oleh banyaknya pengguna internet yang bertransaksi melalui daring. Bisnis pada era digital bukan lagi mempersoalkan produk apa yang dijual, melainkan bagaimana cara menjual dan mempromosikannya. Potensi bisnis pada era digital sangat lebar, terutama untuk industri kreatif. Berbagai platform perdagangan elektronik yang terus tumbuh menjadi angin segar bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia untuk memasarkan produknya (Prastyaningtyas & Arifin, 2019).

Digitalpreneur bagi Para Peternak Telur di Pratani Training Farm

Perkembangan teknologi yang begitu cepat membuat semua pelaku bisnis harus beradaptasi. Saat ini iklan dalam bentuk digital, penggunaan smartphone untuk melakukan transaksi bisnis meningkat, peningkatan infrastruktur telekomunikasi pendukung bisnis juga meningkat. Pesatnya perkembangan teknologi digitalpreneur sangat berdampak pada pemasaran.

Revolusi teknologi informasi telah mengubah lanskap dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital (Suwatno, 2017:99). Transaksi jual beli tidak lagi harus dilakukan dengan tatap muka, namun dapat dilakukan melalui dunia maya.

Digitalpreneur mempermudah para pelaku bisnis untuk menyediakan segala kebutuhan konsumen dan mempermudah dalam transaksi jual beli. Konsumen juga bisa mendapatkan informasi produk hanya dengan menjelajah internet/dunia maya (Angellia & Riyantie, 2020). Dengan diterapkannya *digitalpreneur* para peternak ayam petelur dapat menjangkau konsumen kapan dan dimanapun, tanpa terbatas ruang dan waktu. Hal ini dapat dilakukan dengan mengoptimalkan pola pemasaran dengan menggunakan fasilitas teknologi digital yang ada. *Digitalpreneur* dapat dilakukan melalui sosial media tidak berbayar seperti, instagram, facebook, dan whatsapp.

Menurut Aditya M Salya (2010: 4) dalam (Anshari & Mahani, 2018) disebutkan beberapa dimensi yang dapat digunakan dalam internet/digital marketing atau pemasaran digital, antara lain 1. Website. 2. Search Engine Marketing 3. Web Banner. 4. Social Network. 5. Email Marketing. 6. Affiliate Marketing dan Strategic Marketing. Pengembangan Digitalpreneurship di Pratani Training Farm juga dilakukan berdasarkan dimensi digital marketing adalah sebagai berikut :

1. Website

Salah satu pelatihan dan sosialisasi yang diberikan kepada para pelaku UMKM di Pratani Training Farm yaitu pembuatan website, dimana website yang akan dibuat haruslah semenarik mungkin. Tujuannya dibuatnya website untuk Pratani Training Camp ini adalah agar pelaku UMKM lebih mudah menyampaikan informasi penting mengenai produk yang akan dijual ataupun informasi lainnya.

2. Search Engine Marketing

Pelatihan dan sosialisasi mengenai Search Engine Marketing di Pratani Training Camp ini bertujuan untuk menjangkau konsumen, hal ini karena dengan bekerja sama dengan search engine marketing seperti Google dan Yahoo membuat website yang kita buat lebih mudah dicari oleh konsumen.

3. Web Banner

Pelatihan pembuatan web banner (iklan) ini diberikan kepada Pratani Training Camp agar jangkauan promosi dapat lebih luas.

4. Social Network.

Pelatihan dan Sosialisasi mengenai social network juga diberikan, hal ini karena social network seperti facebook, instagram, twitter maupun whatsapp merupakan forum sosial gratis namun tentunya mempunyai peluang yang besar untuk membuat produk laku di pasaran.

5. E-mail Marketing

Pelatihan E-mail Marketing juga diberikan kepada pelaku UMKM Pratani Training Camp, pelatihan mengenai E-mail Marketing ini bertujuan untuk bisa menjaga hubungan baik dan menciptakan kepuasan antara pelaku usaha dengan konsumen yang sudah ada maupun konsumen baru.

6. Affiliate Marketing dan Strategic Marketing

Pelatihan mengenai Affilaiate Marketing (Endorse) juga tak lupa diberikan kepada para pelaku UMKM Pratani Training Camp, hal ini karena strategi marketing tersebut merupakan salah satu strategi yang berpeluang besar untuk memasarkan produk dan juga mendapatkan konsumen.

Simpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut :

1. Proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Mengembangkan Potensi Peternak Ayam Petelur di Masa Pandemi Melalui *Digital Preneur* berjalan dengan lancar.
2. Para pelaku UMKM diberi sosialisasi dan pelatihan berdasarkan dimensi digital marketing (Website, Search Engine Marketing, Web Banner, Social Network, Email Marketing dan Affiliate Marketing dan Strategic Marketing.
3. Kegiatan “Mengembangkan Potensi Peternak Ayam Petelur di Masa Pandemi Melalui *Digital Preneur*” ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi peternak ayam petelur yang tergabung di Pratani Training Farm untuk dapat meningkatkan mutu dan kualitas produksi. Dengan adanya pengetahuan dan keterampilan tentang *digitalpreneur* diharapkan akan berdampak pula pada peningkatan pendapatan para peternak ayam petelur.

Saran

Adapun saran dalam kegiatan pengabdian masyarakat tentang Pengembangan Potensi Peternak Ayam Petelur di Masa Pandemi Melalui *Digital Preneur* antara lain :

1. Bagi pelaku UMKM hendaknya segera menerapkan pelatihan yang telah diberikan ke dalam dunia usahanya, sehingga bisa mengkoneksikan bisnis secara langsung ke dunia digital
2. Pemerintah, praktisi dan akademisi diharapkan berperan aktif untuk melakukan pengembangan, sosialisasi dan digitalisasi terhadap para pelaku UMKM untuk mengoptimalkan perkembangan bisnis, dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia.
3. Penulis, penulis harus mendindaklanjuti pengabdian kepada masyarakat ini dengan cara melakukan evaluasi kembali terhadap pelaku UMKM.

Acknowledgements

Ucapan terima kasih kepada Bapak Saeful Bahri, selaku pemilik Pratani Training Farm yang telah memberikan dukungan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Angellia, F., & Riyantie, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Melalui *Digitalpreneur* Studi Kasus Pada CV. Putri Cahaya Cemerlang (Kopi Oncak). *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 1(1), 1-11
- Anshari, M. F., & Mahani, S. E. (2018). Pengaruh Digital Marketing dan Sales Promotion terhadap Impulse Buying pada Situs Berrybenka . com (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Bandung). 1174-1179.
- Asyhari, S., I., dkk.(2021).Buku Gagasan dalam Kolaborasi (Pemikiran Dan Wawasan Para Cendekia).Yogyakarta: CV Belibis Pustaka
- Azanella, L. A., & Nugroho, R. S. (2020). Virus Corona: Penyebab, Gejala, Pencegahan, dan Kapan Harus Segera ke Dokter. Kompas.com.
- Fansuri, M.H. & Lubis, H. (2020). Praktik DigitalpreneurI ndustri 4.0 (Studi Kasus Digitalpreneur Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura Perspektif PierreBourdieu). *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 6(1), 1-20
- Hull, Clyde & Hung, Yu-Ting & Hair, Neil & Perotti, Victor & Demartino, Richard. (2007). Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship. *IJNVO*. 4. 290-303. 10.1504/IJNVO.2007.015166
- Nur'aeni, E. dkk. (2018). Pengembangan Digitalpreneurship Melalui Model Quadruple Helix Untuk Mahasiswa Bidikmisi Di Upi Kampus Tasikmalaya. *PROSIDING SEMBADHA*, (1), 117-124
- Prastyaningtyas, E. W., & Arifin, Z. (2019). Pentingnya pendidikan kewirausahaan pada mahasiswa dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai upaya menghadapi revolusi 4.0. *Proceedings of the ICECRS*, 2(1), 281-285
- Purnomo, R. A. (2016). Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia. Surakarta: Ziyad Visi Media
- Suwatno. (2017). Komunikasi Pemasaran Kontekstual. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Prasetyo, B dkk. (2018). REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DAN TANTANGAN PERUBAHAN SOSIAL. *Journal of Proceedings Serie*, (5), 1-8