

Digitalisasi Pemasaran Hasil Produk Peternakan dan Implementasi Hukumnya (Studi pada UMKM Berkah Taretan Farm, Desa Klungkung Kabupaten Jember, Jawa Timur)

Novi Wulandari Widiyanti*¹, Ikarini Dani Widiyanti², Muhammad Miqdad³

^{1,3}Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember, Indonesia

²Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Hukum, Universitas Jember, Indonesia

*e-mail: novi.wulandari@unej.ac.id¹, ikarini.fh@unej.ac.id², miqdad.feb@unej.ac.id³

Abstrak

Pemasaran bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) khususnya di sektor peternakan sapi di Indonesia masih merupakan tantangan. Berkah Taretan Farm (BTF) menghadapi keterbatasan akses pasar dan rendahnya kemampuan penggunaan teknologi digital dalam pengelolaan bisnis peternakan. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan platform digital untuk optimalisasi pemasaran dan efisiensi operasional di BTF, yang berlokasi di Desa Klungkung, Kabupaten Jember. Metode kegiatan meliputi identifikasi masalah melalui survei awal, pelatihan tentang penggunaan platform digital, dan pengembangan media sosial Instagram sebagai alat pemasaran. Hasil pelaksanaan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan penerapan teknologi digital oleh pengelola BTF, serta kemampuan mereka dalam mengelola platform digital secara mandiri. Penerapan media sosial berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk sapi BTF, mengatasi keterbatasan akses pasar yang sebelumnya ada. Meskipun demikian, masih diperlukan pelatihan lanjutan terkait konten dan aspek hukum digital. Keunggulan hasil pengabdian ini adalah meningkatnya efisiensi operasional dan jangkauan pasar BTF. Secara keseluruhan, pengabdian ini memiliki potensi besar untuk memberdayakan UMKM di sektor peternakan dengan teknologi digital, meningkatkan daya saing, dan memberikan dampak ekonomi yang berkelanjutan di masyarakat.

Kata kunci: Bisnis, Digital, Peternakan, Platform, UMKM

Abstract

Marketing for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly within the livestock sector in Indonesia, presents ongoing challenges. Berkah Taretan Farm (BTF) confronts issues related to limited market access and inadequate digital technology skills for business management. This community service initiative aims to enhance both the understanding and implementation of digital platforms to optimize marketing strategies and operational efficiency at BTF, situated in Desa Klungkung, Kabupaten Jember. The approach includes problem identification through initial surveys, training in digital platform utilization, and the development of Instagram as a marketing tool. Results indicate a notable improvement in BTF's digital technology proficiency and autonomous management of digital platforms. The application of social media has effectively broadened market reach and increased the visibility of BTF's beef products, thereby overcoming previous limitations in market access. However, further training is still needed regarding content and digital legal aspects. The advantages of this community service result are the increased operational efficiency and market reach of BTF. Overall, this service has great potential to empower MSMEs in the livestock sector with digital technology, increase competitiveness, and provide sustainable economic impacts on society.

Keywords: Business, Digital, Livestock, MSME, Platform

1. PENDAHULUAN

Pemasaran untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor peternakan sapi di Indonesia menghadapi beberapa tantangan klasik. Keterbatasan tersebut antara lain disebabkan karena banyak UMKM peternakan sapi memiliki akses terbatas ke pasar yang lebih luas karena keterbatasan infrastruktur, terutama di daerah pedesaan (Widyaningrum, 2005). Hal ini menjadi hambatan bagi mereka untuk mencapai konsumen di wilayah yang lebih jauh. Tantangan kedua adalah kualitas produk yang relatif masih rendah dan sulit bersaing dengan sapi impor. Beberapa UMKM mengalami kesulitan dalam menjaga kualitas produk sapi mereka, yang

pada akhirnya mengurangi daya saing dan kepercayaan konsumen. Selain itu, sebagian UMKM kurang menggunakan teknologi modern dalam praktik peternakan mereka, yang membatasi efisiensi produksi dan kualitas produk.

Pengembangan UMKM Berkah Taretan Farm (BTF), yang berdiri pada tahun 2019 dan berlokasi di Desa Klungkung, Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember, menghadapi tantangan serupa. Desa Klungkung memiliki potensi wisata alam dan kultur masyarakat yang religius, serta sebagian besar penduduknya adalah suku Madura. BTF melakukan kemitraan dengan masyarakat desa melalui sistem gaduh sapi, di mana pemilik ternak mempercayakan pemeliharaan ternaknya kepada pengaduh dengan sistem bagi hasil. Meskipun sistem ini berhasil meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa yang berfungsi sebagai pengaduh sapi, BTF menghadapi masalah utama dalam pemasaran produk sapi, terutama dalam pemanfaatan platform digital secara optimal. Gambar 1 berikut ini merupakan UMKM Berkah Taretan Farm (BTF).



(a) (b)
Gambar 1. Peternakan Berkah Taretan Farm, Desa Klungkung, Kab.Jember. (a). Kandang Sapi
Peternakan Berkah Taretan Farm (b)

Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan kerjasama antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga non-pemerintah (Febriyantoro, 2018). Dukungan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, akses ke pasar, teknologi, dan informasi sangat penting untuk membantu UMKM peternakan sapi meningkatkan daya saing dan menjaga keberlanjutan usaha mereka (Wulandari, 2020). Program pengabdian masyarakat yang difokuskan pada pengembangan pemasaran UMKM yang mandiri dan adaptif dengan perkembangan teknologi merupakan wujud sinergi antara akademisi (kampus) dengan masyarakat desa, khususnya UMKM yang ada di desa (Amantha, 2024). Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pemahaman pemasaran digital kepada admin dan pengelola BTF, serta edukasi terkait masalah etika dan hukum sebagai konsekuensi dari penggunaan media sosial.

Berdasarkan kondisi permasalahan yang dihadapi BTF, maka tim memberikan pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan platform digital untuk pemasaran. Edukasi mengenai etika dan hukum dalam penggunaan media sosial juga penting untuk meningkatkan kesadaran dan profesionalisme pengelola BTF. Pemasaran digital dan edukasi terkait etika dan hukum, pada pengelola BTF mampu meningkatkan kinerja bisnis dan memperluas pasar produk sapi, tidak hanya di wilayah Jember, tetapi juga di luar kota Jember. Program pengabdian yang telah dilakukan ini dapat memberikan efek perubahan sosial dan ekonomi yang signifikan terhadap pengelolaan BTF dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Klungkung pada umumnya.

2. METODE

Metode yang digunakan tim dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan yang jelas dan sistematis untuk mencapai tujuan yang telah dicanangkan. Tahap pertama adalah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Mitra, yaitu Berkah Taretan Farm (BTF). Proses identifikasi masalah dilakukan dengan survei pendahuluan ke BTF oleh tim pengabdian masyarakat Universitas Jember. Survei ini bertujuan untuk menggali berbagai masalah yang dihadapi pengelola dalam mengembangkan usahanya, seperti masalah pemasaran, manajemen, dan penggunaan teknologi digital. Survei pendahuluan dilakukan selama

satu minggu, dari tanggal 12 hingga 16 Februari 2024, di Berkah Taretan Farm (BTF), Desa Klungkung, Kabupaten Jember.

Tahap kedua adalah merumuskan metode yang tepat untuk menyelesaikan masalah-masalah tersebut. Pemilihan metode difokuskan pada pemberdayaan sumber daya yang dimiliki oleh BTF agar dapat memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produknya. Dalam tahap ini, tim pengabdian berusaha untuk memahami kondisi dan potensi yang ada di BTF serta mengintegrasikannya dengan solusi teknologi yang relevan. Metode ini dirancang untuk memberdayakan pengelola BTF agar lebih mandiri dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pelaksanaan diskusi internal dengan tim pengabdian Masyarakat dilakukan kurang lebih 2 minggu, dimulai tanggal 19-28 Februari 2024. Kegiatan ini melibatkan seluruh anggota tim pengabdian dan bertujuan untuk merumuskan metode solusi yang tepat berdasarkan hasil identifikasi permasalahan di Berkah Taretan Farm (BTF). Diskusi ini mencakup analisis mendalam mengenai kondisi BTF serta perancangan strategi pemberdayaan yang relevan dengan kebutuhan BTF. Evaluasi keberhasilan dari tahapan ini akan diukur dengan menilai seberapa efektif metode yang dirumuskan dalam memenuhi tujuan pengabdian masyarakat dan sejauh mana solusi yang diusulkan dapat diimplementasikan dengan baik. Hasil dari diskusi internal ini akan menjadi dasar untuk pelaksanaan pelatihan dan pendampingan selanjutnya.

Tahap ketiga adalah memberikan pemahaman melalui pelatihan terkait platform digital, serta aspek etika dan hukum dalam teknologi digital. Pelatihan ini melibatkan pengelola BTF, tim pengabdian, dan perangkat desa. Pelatihan dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran (Slamet, 2017). Selain itu, aspek etika dan hukum dalam penggunaan teknologi digital juga disampaikan agar pengelola BTF dapat menjalankan bisnisnya dengan lebih profesional dan bertanggung jawab. Kegiatan Forum Grup Diskusi (FGD) dilaksanakan pada 6 Mei 2024 di aula kantor Desa Klungkung, yang dirancang untuk mengumpulkan berbagai pemangku kepentingan dalam satu forum. Target audiens terdiri dari sekitar 15 orang pemilik dan pengelola Berkah Taretan Farm (BTF), sekitar 10 orang perangkat desa, dan lebih kurang 10 perwakilan UMKM dari Desa Klungkung. FGD ini bertujuan untuk menyampaikan materi pelatihan mengenai penggunaan platform digital dan aspek hukum, serta untuk mendiskusikan penerapan solusi yang diusulkan. Evaluasi dari kegiatan ini akan dilakukan dengan mengukur tingkat partisipasi dan respons peserta, serta mengevaluasi sejauh mana pengetahuan dan keterampilan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh audiens. Penilaian keberhasilan FGD ini akan ditentukan oleh umpan balik langsung dari peserta dan efektivitas diskusi dalam merumuskan langkah-langkah konkret untuk implementasi teknologi digital.

Tahap keempat melibatkan pengembangan dan penerapan platform digital pemasaran menggunakan media sosial, yang dilakukan dari 6 Mei hingga 6 Juni 2024. Media sosial dipilih karena keefektifannya sebagai alat pemasaran yang ekonomis, mudah diakses, dan populer di berbagai kalangan usia. Pendampingan ini dilakukan di Berkah Taretan Farm (BTF) dengan melibatkan pengelola dan karyawan BTF sebagai target peserta utama. Selama periode pendampingan, tim pengabdian memberikan bimbingan langsung untuk memastikan penerapan platform digital secara optimal dan mendukung pengelola dalam menghadapi tantangan teknis serta strategis. Evaluasi keberhasilan tahap ini akan dilakukan dengan menilai efektivitas penggunaan media sosial melalui analisis data interaksi dan penjualan produk, serta dengan mengumpulkan umpan balik dari peserta untuk menilai sejauh mana platform digital berdampak positif pada pemasaran produk BTF.

Tahap kelima adalah evaluasi yang dilaksanakan dari 6 Juni hingga 6 Juli 2024, di Berkah Taretan Farm (BTF), untuk mengukur keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat. Evaluasi ini melibatkan penggunaan alat ukur deskriptif dan kualitatif untuk menilai perubahan sikap, sosial budaya, dan ekonomi di masyarakat sasaran, yaitu Desa Klungkung. Penilaian dilakukan dengan mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengelola BTF dalam menggunakan teknologi digital, analisis peningkatan penjualan produk, serta perubahan positif dalam aspek sosial dan ekonomi masyarakat. Selain itu, pendampingan selama tahap ini mencakup pemantauan penggunaan media sosial yang telah diterapkan, dengan memberikan umpan balik dan dukungan teknis kepada pengelola BTF jika mengalami kesulitan dalam operasional. Evaluasi

bertujuan untuk memastikan bahwa semua tujuan pengabdian masyarakat tercapai dan memberikan panduan untuk perbaikan di masa mendatang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Sosialisasi dan Focus Group Discussion (FGD) ini melibatkan pemilik dan pengelola BTF, perangkat Desa Klungkung, dan perwakilan UMKM di desa Klungkung. Ada dua materi dalam kegiatan ini yaitu 1) Pemanfaatan Platform Digital Pemasaran melalui Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Sebagai sarana promosi sekaligus memperluas jejaring pemasaran 2) Aspek Hukum dan etika dalam pemanfaatan Platform Digital. Kegiatan ini mendapatkan perhatian langsung tidak hanya dari pengelola BTF, tetapi juga dari Kepala Desa Klungkung, Bapak Abdul Ghofur. Dalam sambutannya, bapak kepala desa berharap bahwa BTF sebagai salah satu umkm yang bergerak di bidang peternakan mampu meningkatkan pemasaran produknya. BTF selama ini selalu melibatkan masyarakat desa Klungkung sebagai tenaga kerja baik yang di lapangan maupun administratif. Diharapkan ke depan BTF dapat menginisiasi UMKM yang cakap dan mampu mengikuti perkembangan teknologi khususnya terkait pemasaran secara digital. Diharapkan dengan semakin besarnya BTF maka ekonomi masyarakat Desa Klungkung akan meningkat serta produk-produk unggulan dari pelaku UMKM Desa Klungkung bisa dikenal dan diterima dipasar tidak hanya pasar lokal tapi juga pasar regional. Kegiatan ini juga melibatkan mahasiswa sebagai asisten (tenaga pendukung) baik dalam hal kegiatan pengabdian saat di lokasi mitra pengabdian. Gambar 2 berikut ini merupakan foto-foto terkait dengan kegiatan Sosialisasi dan FGD yang telah dilakukan.



Gambar 2. Sesi Focus Group Discussion(a). Gambar 3. Sesi Foto Bersama (b)

3.1. Hasil Kegiatan Sosialisasi dan Focus Group Discussion (FGD) di Desa Klungkung.

Hasil kegiatan sosialisasi dan Focus Group Discussion (FGD) di Desa Klungkung menunjukkan antusiasme dan partisipasi aktif dari para pengelola Berkah Taretan Farm (BTF), perangkat desa dan perwakilan pelaku UMKM di Desa Klungkung. Dalam kegiatan ini, para peserta mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk peternakan. Diskusi dalam FGD mengidentifikasi berbagai kendala dan peluang yang dihadapi oleh BTF, serta menghasilkan beberapa ide inovatif untuk mengoptimalkan penggunaan platform digital (Andam, 2024). Sosialisasi juga berhasil meningkatkan kesadaran mengenai aspek etika dan hukum dalam teknologi digital. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil menciptakan lingkungan kolaboratif yang konstruktif, memfasilitasi transfer pengetahuan, dan menetapkan langkah-langkah konkret untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha BTF, serta memberikan dampak positif terhadap ekonomi dan sosial masyarakat Desa Klungkung. Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut terkait hasil kegiatan sosialisasi dan Focus Group Discussion (FGD) di Desa Klungkung.

3.1.1. Pemanfaatan Platform Digital Bagi Pengelola BTF

Pada bagian pertama kegiatan, penyampaian materi dan diskusi terkait pemanfaatan platform digital bagi pengelola dan admin Berkah Taretan Farm (BTF) di Desa Klungkung dilakukan dengan fokus pada beberapa pokok bahasan utama. Pertama, penggunaan media digital dalam bisnis diuraikan sebagai cara untuk menekan biaya operasional dan mempercepat produk dikenal oleh calon pelanggan (David, 2006). Diskusi ini juga mengidentifikasi tantangan yang

dihadapi, terutama keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dalam menyikapi perubahan metode bisnis dari sistem tradisional ke basis digital (Oktavia, 2021). Selain itu, dijelaskan berbagai jenis media digital yang dapat digunakan dalam perdagangan, seperti televisi, handphone, videotron, radio, website, media sosial, marketplace, email, dan aplikasi pesan instan (Ernie, dkk., 2005).

Indikator keberhasilan kegiatan ini diukur dari beberapa tolak ukur. Pertama, peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk peternakan. Kedua, peningkatan jumlah dan kualitas interaksi produk BTF di platform digital, yang dapat diukur melalui peningkatan kunjungan ke situs web, jumlah pengikut di media sosial, serta volume penjualan melalui platform digital. Ketiga, perubahan sikap dan kesadaran peserta terhadap pentingnya teknologi digital dalam mengembangkan bisnis mereka, yang dapat dievaluasi melalui survei kepuasan dan wawancara setelah pelatihan.

Keunggulan utama dari kegiatan ini adalah peningkatan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital, yang sangat relevan dengan kondisi masyarakat Desa Klungkung yang mulai mengenal teknologi tetapi belum mengoptimalkannya untuk kepentingan bisnis. Kelemahan yang dihadapi adalah resistensi awal dari sebagian peserta terhadap perubahan dari sistem tradisional ke digital, serta keterbatasan akses internet yang masih menjadi tantangan di beberapa area. Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan cukup tinggi karena membutuhkan adaptasi cepat dari peserta, namun peluang pengembangannya besar mengingat potensi pasar yang dapat dijangkau dengan platform digital jauh lebih luas.

Dokumentasi yang relevan selama kegiatan mencakup gambar proses penyampaian materi, diskusi kelompok, serta implementasi langsung penggunaan platform digital oleh peserta. Selain itu, dokumentasi berupa tabel yang menunjukkan peningkatan interaksi di media sosial, grafik peningkatan penjualan, serta gambar-gambar prototipe produk dan cara penggunaannya. Pendampingan berkelanjutan dan evaluasi berkala direncanakan untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan efektivitas penggunaan platform digital oleh BTF. Gambar 3 berikut ini merupakan gambar penjelasan platform media sosial yang dapat digunakan.



Gambar 3. Platform Media Sosial.

3.1.2. Etika dan Aspek Hukum Dalam Penggunaan Media Sosial

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tahap pertama adalah identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh Berkah Taretan Farm (BTF) melalui survei pendahuluan. Selanjutnya, dilakukan penyampaian materi dan diskusi terkait pemanfaatan platform digital bagi pengelola dan admin BTF. Diskusi ini mencakup topik seperti penggunaan media digital dalam bisnis untuk menekan biaya operasional dan mempercepat pemasaran, tantangan keterbatasan SDM, serta jenis-jenis media digital yang dapat digunakan dalam perdagangan (Oktavia, 2021). Selain itu, pelatihan juga mencakup aspek hukum dalam jual beli online, memberikan pemahaman tentang kontrak online yang sah sesuai dengan Pasal 1320 KUHPerdara.

Indikator keberhasilan kegiatan ini diukur dari beberapa tolak ukur yang spesifik. Pertama, peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengelola BTF dalam menggunakan platform digital untuk pemasaran produk peternakan. Kedua, peningkatan interaksi dan penjualan produk melalui platform digital yang dapat dilihat dari data statistik kunjungan situs web, jumlah pengikut di media sosial, dan volume transaksi. Ketiga, perubahan sikap dan

pemahaman peserta terhadap pentingnya digitalisasi dan aspek hukum dalam bisnis online, yang dievaluasi melalui survei kepuasan dan wawancara setelah pelatihan. Dokumentasi kegiatan ini mencakup gambar proses pelatihan, diskusi, dan penerapan platform digital, serta tabel dan grafik yang menunjukkan peningkatan kinerja pemasaran digital.

Keunggulan utama dari kegiatan ini adalah peningkatan kapasitas dan keterampilan pengelola BTF dalam memanfaatkan teknologi digital, yang sangat relevan dengan kebutuhan mereka untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun, terdapat beberapa kelemahan seperti resistensi awal terhadap perubahan dari sistem tradisional ke digital dan keterbatasan akses internet di beberapa area. Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan cukup tinggi karena memerlukan adaptasi cepat dan dukungan teknologi yang memadai, namun peluang pengembangan di masa depan sangat besar, mengingat potensi pasar yang dapat dijangkau dengan platform digital jauh lebih luas dan beragam.

Dokumentasi kegiatan ini meliputi gambar-gambar proses penyampaian materi dan diskusi, gambar pelatihan penggunaan platform digital, serta gambar dan grafik yang menunjukkan perubahan dalam interaksi dan penjualan produk BTF. Dokumentasi ini sebagai bukti visual tentang proses dan hasil kegiatan pengabdian. Selain itu, tabel dan grafik yang menunjukkan data peningkatan interaksi di media sosial dan volume penjualan memberikan gambaran yang jelas tentang keberhasilan kegiatan ini. Pendampingan berkelanjutan dan evaluasi berkala direncanakan untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan efektivitas penggunaan platform digital oleh BTF, sehingga mereka dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar.

3.1.3. Penyusunan dan Pengembangan Media Sosial Berkah Taretan Farm sebagai media pemasaran secara digital

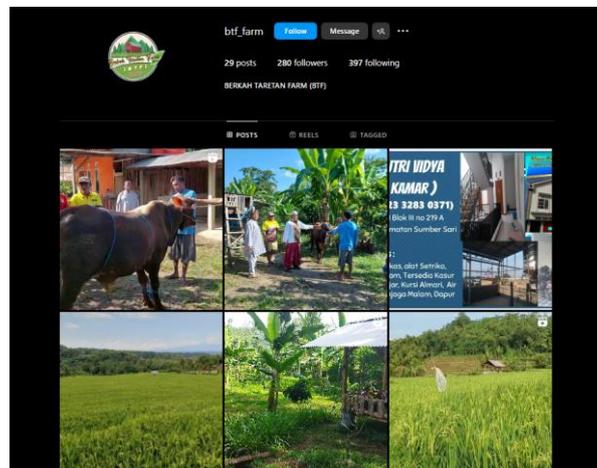
Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui beberapa tahapan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tim memulai dengan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi Berkah Taretan Farm (BTF) melalui survei pendahuluan. Berdasarkan temuan tersebut, disusunlah perangkat digitalisasi pemasaran yang memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram. Instagram dipilih karena popularitasnya yang luas di berbagai kalangan dan fitur-fiturnya yang mendukung kualitas gambar, suara, serta kemampuan mengedit video dan gambar (Nirmala, 2019). Penyampaian materi dan diskusi mengenai penggunaan Instagram dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengelola BTF dalam memanfaatkan platform ini sebagai media promosi yang efektif.

Indikator keberhasilan kegiatan ini diukur melalui beberapa tolak ukur. Pertama, peningkatan jumlah pengikut dan interaksi di akun Instagram BTF, yang dapat dilihat dari data statistik penggunaan platform. Kedua, peningkatan volume penjualan produk ternak dan layanan jasa yang dipromosikan melalui Instagram. Ketiga, perubahan sikap dan pemahaman pengelola BTF terhadap pentingnya digitalisasi dalam bisnis, yang dievaluasi melalui survei kepuasan dan wawancara setelah pelatihan. Dokumentasi kegiatan mencakup gambar proses pelatihan, tangkapan layar dari akun Instagram BTF, serta tabel dan grafik yang menunjukkan peningkatan interaksi dan penjualan.

Keunggulan utama dari kegiatan ini adalah peningkatan kemampuan pengelola BTF dalam memanfaatkan teknologi digital, yang sangat relevan dengan kebutuhan mereka untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun, ada beberapa kelemahan, seperti resistensi awal terhadap perubahan dari sistem tradisional ke digital dan keterbatasan akses internet di beberapa area. Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan cukup tinggi karena memerlukan adaptasi cepat dan dukungan teknologi yang memadai. Meski begitu, peluang pengembangan di masa depan sangat besar, mengingat potensi pasar yang dapat dijangkau dengan platform digital jauh lebih luas dan beragam.

Dokumentasi kegiatan ini meliputi gambar-gambar proses penyampaian materi dan diskusi, tangkapan layar dari akun Instagram BTF yang menunjukkan informasi terkait produk ternak dan layanan jasa, serta grafik yang menunjukkan peningkatan interaksi dan penjualan. Dokumentasi ini memperkuat artikel dengan memberikan bukti visual tentang proses dan hasil

kegiatan pengabdian (Sari, 2023). Selain itu, tabel yang menunjukkan data peningkatan pengikut dan interaksi di Instagram memberikan gambaran yang jelas tentang keberhasilan kegiatan ini. Pendampingan berkelanjutan dan evaluasi berkala direncanakan untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan efektivitas penggunaan platform digital oleh BTF, sehingga mereka dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar. Gambar 4 berikut ini merupakan pemanfaatan platform media sosial terutama Instagram yang dapat digunakan.



Gambar 4. Penyusunan dan Pengembangan Platform Instagram Berkah Taretan Farm (BTF).

3.1.4. Pelatihan Penggunaan Platform Media Sosial Berkah Taretan Farm (BTF)

Tim Pengabdian juga mengadakan pelatihan lanjutan kepada pengelola BTF, admin BTF dan UMKM yang ada di desa Klungkung. Tujuan diadakannya pelatihan ini agar pengelola BTF khususnya dan pelaku UMKM di desa Klungkung dapat menggunakan platform digital tsb dengan baik sehingga bisa mengoptimalkan pemanfaatannya.

Pelatihan ini disambut dengan antusias dengan pengelola BTF maupun perwakilan UMKM di desa Klungkung. Digital marketing ini sangat diperlukan untuk pengelola UMKM untuk meningkatkan branding akan produknya yakni sapi dan domba. Branding ini sangat diperlukan untuk meningkatkan nilai dari produk. Konsumen memerlukan keyakinan bahwa produk yang dibeli di BTF ini berkualitas baik. Pengembangan digitalisasi bisnis di BTF ini tentu saja akan meningkatkan kemampuan UMKM untuk memasarkan produknya. Di media sosial yang telah disediakan oleh tim, selain ada gambar, juga dilengkapi dengan video dan narahubung yang dapat dihubungi jika pelanggan berminat untuk melakukan pembelian.

Digitalisasi pemasaran juga diharapkan dapat meningkatkan potensi pemasaran, tidak hanya sebatas masyarakat di sekitar Jember tetapi juga merambah ke kabupaten lainnya seperti Bondowoso, Situbondo, Lumajang dan Banyuwangi. Calon pembeli bisa mengakses informasi produk BTF dari mana saja dengan menggunakan fasilitas internet. Ini tentu saja sangat relevan dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dan maraknya penggunaan media sosial (Aprilianto, 2024).

Manfaat lainnya adalah penggunaan media sosial ini merupakan salah satu media promosi yang murah dan efisien (Qisthani, 2021). Penggunaan fasilitas media sosial seperti Instagram ini memungkinkan pengelola untuk melakukan promosi kepada calon pembeli tanpa harus mengeluarkan dana yang besar (Veithzal, 2014). Pengelola cukup melakukan posting di media sosialnya dan mulai secara aktif mempopulerkan media sosialnya. Saat ini media sosial BTF telah memiliki 240 pengikut, diharapkan dengan semakin meningkatnya pengguna media sosial seperti Instagram, maka diharapkan jumlah pengikut semakin banyak dan promosi produk bisa dilakukan lebih sering, dengan konten video yang menarik dan informatif. Gambar 5 berikut ini merupakan pemanfaatan platform media sosial terutama Instagram yang dapat digunakan.



Gambar 5. Pelatihan Penggunaan Platform Media Sosial Berkah Taretan Farm.

3.1.5. Evaluasi Penggunaan Platform Media Sosial Berkah Taretan Farm (BTF)

Setelah pelaksanaan pelatihan penggunaan platform media sosial, evaluasi mendalam terhadap hasil kegiatan menunjukkan perubahan signifikan dalam kompetensi peserta. Evaluasi ini dilakukan dengan membandingkan tingkat pemahaman dan keterampilan peserta sebelum dan setelah pelatihan, serta mengukur efektivitas penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran (Fawahan, 2022). Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, dengan tingkat peningkatan mencapai 75% sebagaimana terlihat pada post-test (Hajawiyah, 2022). Pelatihan yang diselenggarakan untuk Berkah Taretan Farm (BTF) di Desa Klungkung mendapat tanggapan positif dari peserta, yang tercermin dari tingkat partisipasi lebih dari 70% dalam FGD. Para peserta menunjukkan keterlibatan aktif dengan mengajukan berbagai pertanyaan dan memberikan tanggapan yang konstruktif selama sesi pelatihan. Selain itu, dukungan dari perangkat desa dan perwakilan UMKM setempat menambah nilai kegiatan ini.

Evaluasi akhir juga mencakup analisis perbandingan dengan hasil studi serupa. Misalnya, studi oleh Sari et al. (2021) menunjukkan bahwa pelatihan serupa berhasil meningkatkan keterampilan digital dan strategi pemasaran di kalangan UMKM di daerah lain, dengan peningkatan pemahaman mencapai 70%. Perbandingan ini mengindikasikan bahwa pelatihan yang dilakukan di BTF memiliki efektivitas yang sebanding dengan studi sebelumnya. Evaluasi atas pelaksanaan menegaskan bahwa pelatihan digitalisasi dan pemasaran dapat memberikan dampak positif yang signifikan.

Dampak yang dirasakan oleh pemilik dan pengelola BTF setelah pelatihan meliputi beberapa aspek. Pertama, terdapat peningkatan kompetensi pengelola, khususnya admin BTF, dalam menggunakan teknologi digital untuk promosi produk. Admin kini memiliki keterampilan dasar dalam mengedit foto dan video untuk media sosial BTF. Kedua, pelatihan menghasilkan strategi pemasaran digital yang efektif, yang relevan untuk meningkatkan peluang bisnis. Ketiga, penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran telah memperluas jangkauan merek dagang BTF, meningkatkan visibilitas produk tidak hanya di Kabupaten Jember, tetapi juga di kota-kota lainnya. Keempat, pemilik dan pengelola BTF kini lebih memahami aspek hukum terkait penggunaan media sosial, termasuk konsekuensi hukum dari transaksi jual beli secara virtual. Evaluasi akhir dari kegiatan ini menggarisbawahi pentingnya pelatihan dan memberikan rekomendasi untuk penyelenggaraan kegiatan serupa di masa depan dengan mempertimbangkan hasil dan dampak yang telah dicapai. Setiap gambar dan tabel yang digunakan dalam laporan ini juga dirujuk dalam kalimat dan dilengkapi dengan penjelasan yang memadai untuk memberikan konteks yang jelas bagi pembaca.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Desa Klungkung, Kabupaten Jember, telah memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan pemanfaatan platform digital serta pemahaman mengenai hukum dan etika di kalangan pelaku UMKM. Temuan utama dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya etika bisnis

serta kepatuhan hukum dalam transaksi online. Kegiatan ini berhasil mencapai tujuan yang diharapkan, termasuk penyediaan modul pelatihan yang relevan mengenai pemanfaatan platform digital, etika bisnis, dan hukum, serta penghasilan hak kekayaan intelektual (HAKI) dan video profil mitra yang telah diunggah di media sosial. Dengan adanya modul pelatihan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat lebih efektif memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas dan efisiensi operasional mereka, sambil mengurangi risiko hukum dan memperbaiki reputasi bisnis mereka.

Dalam konteks pemenuhan target luaran dan pemanfaatan platform digital bagi para mitra, melibatkan beberapa langkah penting. Pertama, desk assistance akan dilakukan melalui pendampingan dan optimalisasi pemanfaatan platform digital bagi ketiga mitra, memastikan dukungan yang dibutuhkan untuk memaksimalkan penggunaan teknologi. Terakhir, evaluasi menyeluruh akan dilakukan untuk memastikan pencapaian semua tujuan dan manfaat dari kegiatan ini. Evaluasi ini akan mencakup penilaian terhadap pencapaian luaran tambahan, efektivitas pelatihan, serta dampak keseluruhan terhadap mitra dan pelaku UMKM. Dengan evaluasi yang tepat, diharapkan dapat diidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki, memastikan bahwa semua aspek dari kegiatan pengabdian memberikan manfaat yang maksimal.

Kegiatan ini memberikan nilai lebih dalam bentuk peningkatan kemampuan pengelola BTF dalam mengadopsi teknologi digital, yang berpotensi untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar mereka secara signifikan. Selain itu, pelatihan tentang aspek hukum dan pembuatan konten yang baik telah memberikan pondasi yang kokoh bagi mereka untuk berkembang lebih lanjut dalam memanfaatkan platform digital ini secara optimal. Namun, kelemahan yang masih perlu diperhatikan adalah kebutuhan akan pelatihan berkelanjutan terkait manajemen platform digital dan peningkatan keterampilan dalam menghasilkan konten yang lebih inovatif dan edukatif.

Untuk pengembangan selanjutnya, disarankan agar pengelola BTF terus menerapkan pendekatan pembelajaran yang berkelanjutan dalam memanfaatkan platform digital. Ini mencakup pengembangan keterampilan administratif untuk mengelola konten yang menarik dan informatif, serta pemahaman yang lebih mendalam tentang perubahan regulasi hukum yang terkait dengan e-commerce dan penggunaan media sosial untuk bisnis. Dengan demikian, BTF dapat terus memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan daya saing dalam industri peternakan dan pemasaran produk-produknya secara nasional maupun regional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan yang sangat berarti dalam mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Dukungan ini telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam memfasilitasi pelatihan, pengembangan platform digital, dan berbagai kegiatan lainnya yang mendukung peningkatan kapasitas dan kemampuan mitra pengabdian, termasuk Berkah Taretan Farm (BTF).

Tak lupa, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Jember atas dukungan dan fasilitas yang telah disediakan dalam mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Dukungan dari universitas menjadi landasan yang kuat bagi keberhasilan program ini, serta memberikan platform yang memungkinkan untuk berkolaborasi dengan masyarakat dan UMKM di Desa Klungkung, Kabupaten Jember.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Balai Desa Klungkung Kabupaten Jember dan seluruh masyarakat, serta pelaku UMKM di Desa Klungkung. Kerjasama yang baik dan partisipasi aktif dari semua pihak telah membantu dalam menciptakan lingkungan yang mendukung dan memungkinkan terlaksananya kegiatan pengabdian dengan lancar. Semoga kolaborasi ini dapat terus berlanjut dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi pengembangan ekonomi dan sosial masyarakat di wilayah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amantha, G. K., Rahmaini., P. (2024). Pelatihan Digitalisasi dalam Pemasaran dan Pengembangan Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Desa Sidodadi Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAMSI)*, 4(4), 813-822
- Andam, D. S. (2024). Pelatihan Pengelolaan Keuangan Berbasis Ramah Lingkungan untuk Keberlanjutan Usaha UMKM Nasabah PNM Mekar. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia (JAMSI)*, 4(3), 639-646
- Aprilianto, B., Sulistio, A. B., Wulandari., N. (2024). Membangun Citra Global dari Akar Lokal: Pendekatan Rebranding Inovatif Bagi UMKM Desa Serut Kabupaten Jember dalam Konteks Glokalisasi. *Jurnal Abdi Insani*, 11(2), 1791-1798
- David, Fred R. 2006, *Strategic Manajemen, Manajemen Strategis, Konsep*, Edisi Kesepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Ernie Trisnawati. S. , Kurniawan. S, *Pengantar Manajemen*, Jakarta, Kencana, 2005. James A.F Stoner Charles Wankel, *Perencanaan & Pengembalian Keputusan Dalam Manajemen*, Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Fawahan, L & Purnasari I.M. (2022). Membangun Branding Produk UMKM melalui Media Sosial Tiktok, Al-Kharaj : *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, 4 (1),
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D., 2018, Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi asean. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62 - 76.
- Hajawiyah, A., Hidayat, B., & Widyastuti, A. (2022). Peningkatan Digitalisasi UMKM Desa Sumber Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas*, 26(2), 154-159. <https://doi.org/10.15294/abdimas.v26i2.39331>
- HMN Purwosutjipto, 2007, *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia*, Djambatan, Jakarta
- Nirmala, B. P. W., & Lavianto, S. (2019). Pemanfaatan Digital Enabler Dalam Transformasi Pemasaran Desa Wisata Berbasis Kerakyatan di Bali. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, 5(1).
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19. *STIE Perbanas Press* 2021, 11, 73-92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- Qisthani, N. N., Darmawan, A., Fauziah, E., & Hidayatuloh, S. (2021). Pelatihan Strategi Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah (IKM) Kerajinan Kemuning Di Tegal Jawa Tengah. *Indonesian Journal of Community Service and Innovation (IJCOSIN)*,
- Sari. Ade R., Lidyah. R., Nurhijrah. Kristanti. D., (2023). Social Marketing Project Pemasaran Produk UMKM Penjahit Rumah melalui Media Sosial dan Marketplace. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2 (2), 179-184
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Ilma, L. L., 2017, Strategi Pengembangan Ukm Digital Dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136. <https://doi.org/10.25124/jmi.v16i2.319>.
- Soekardono, 1983, *Hukum Dagang Indonesia*, Rajawali, Jakarta
- Veithzal, Rivai. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Edisi Ketiga, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Widyaningrum, 2005. *Manajemen Ternak Potong*, Semarang University Press
- Wulandari, E., Riyanto, B., Munib, J. A., Adib, A., & Suharto, M. (2020). Digital Media Sosial Untuk Mempromosikan “Geblek Yu Lastru” di Desa Nanggulan Kulon Progo Pada Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*,3,30-35. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v3i0.857>