

PENINGKATAN EFEKTIVITAS PEMASARAN SAPI MELALUI PLATFORM DIGITAL SILEMBU.COM

Dian Septiana^{1*}, Fanny Ramadhani², Nadrah Afiati Nasution³,
Nurul Maulida Surbakti⁴, Prihatin Ningsih Sagala⁵

¹Statistika, Universitas Negeri Medan, Indonesia

²Ilmu Komputer, Universitas Negeri Medan, Indonesia

^{3,5}Pendidikan Matematika, Universitas Negeri Medan, Indonesia

⁴Matematika, Universitas Negeri Medan, Indonesia

dianseptiana@unimed.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Dalam era digitalisasi, peternak sapi di Desa Tanjung Gusta menghadapi tantangan besar dalam pemasaran produk mereka, terutama terkait dengan keterbatasan akses dan pengetahuan tentang teknologi digital. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan hardskill peternak melalui pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan platform Silembu.com dan teknik pemasaran digital untuk meningkatkan jangkauan pasar. Metode pelaksanaan meliputi pengembangan konsep platform, penyuluhan mengenai pentingnya pemasaran digital, workshop penggunaan Silembu.com dan integrasi dengan media sosial, dengan melibatkan 11 peternak dari Kandang Sapi Arfhan dan kelompok peternak di desa tersebut. Evaluasi dilakukan melalui observasi saat kegiatan, serta wawancara dan angket dengan total 9 pertanyaan pasca kegiatan. Hasilnya menunjukkan bahwa 60% peserta sangat puas dengan pelatihan, dengan peningkatan hardskill penggunaan platform digital sebesar 73% dan kebutuhan pendampingan lanjutan mencapai 73%. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman peternak tentang digital marketing dan berpotensi meningkatkan penjualan sapi secara signifikan.

Kata Kunci: Keterampilan Digital; Pelatihan Peternak; silembu.com.

Abstract: In the digital era, cattle farmers in Tanjung Gusta Village face significant challenges in marketing their products, primarily due to limited access and knowledge of digital technology. This community service program aims to enhance farmers' hard skills through training and support in using the Silembu.com platform and digital marketing techniques to enhance market reach. The implementation methods included the development of the platform concept, education on the importance of digital marketing, workshops on using Silembu.com, and integration with social media, involving 11 farmers from Kandang Sapi Arfhan and local farmer groups. Evaluation was conducted through observation during the activities, as well as interviews, and questionnaires with a total of 9 questions after the activities. Results showed that 60% of participants were very satisfied with the training, with a 73% increase in digital platform hardskills and a 73% need for ongoing support. The program successfully enhanced farmers' understanding of digital marketing and has the potential to significantly boost cattle sales.

Keywords: Digital Skill; Farmer Training; silembu.com.



Article History:

Received: 30-07-2024

Revised : 25-08-2024

Accepted: 26-08-2024

Online : 01-10-2024



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, mempengaruhi berbagai sektor industri termasuk agrikultur dan peternakan (Apdillah et al., 2022). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan signifikan dalam cara berbagai industri beroperasi dan berinteraksi dengan konsumen (Wiryaningrum et al., 2022). Meski banyak sektor telah beradaptasi dengan teknologi digital, industri penjualan hewan qurban, terutama sapi, masih menghadapi tantangan dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi ini (Rahulil, 2024). Banyak peternak dan penjual tradisional yang belum memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memanfaatkan teknologi digital, sehingga mereka tertinggal dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif (El Mane et al., 2022). Hal ini mengakibatkan penurunan pendapatan dan kesejahteraan peternak kecil yang bergantung pada penjualan sapi sebagai sumber utama penghasilan mereka (Darmayunata et al., 2023). Ketidaktahuan dan keterbatasan akses terhadap teknologi ini menjadi salah satu faktor penghambat utama yang harus segera diatasi.

Mitra kami, kelompok peternak sapi di Desa Tanjung Gusta, menghadapi berbagai tantangan dalam menjual sapi mereka. Beberapa masalah utama yang dihadapi antara lain keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas. Selama ini, penjualan sapi dilakukan secara konvensional dengan cara mengandalkan jaringan lokal yang terbatas, sehingga potensi pasar yang lebih luas tidak dapat dijangkau. Menurut data terbaru, penjualan sapi pada momen pada Idul Adha 1445 H mengalami penurunan yang signifikan, yaitu sebesar 50% dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa para peternak menghadapi masalah serius dalam pemasaran produk mereka. Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital menjadi kendala yang serius (Saputra et al., 2023). Para peternak tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang bagaimana menggunakan media sosial, Google Business, dan alat digital lainnya untuk mempromosikan produk mereka. Dalam era digital saat ini, ketidakpahaman ini mengakibatkan mereka tertinggal dalam persaingan pasar (Fahrurozi et al., 2024). Dengan tantangan-tantangan ini, jelas bahwa ada kebutuhan mendesak untuk memperkenalkan solusi pemasaran digital yang dapat membantu kelompok peternak sapi di Desa Tanjung Gusta untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan mereka di masa depan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dalam pemasaran dapat secara signifikan meningkatkan penjualan dan pendapatan pelaku usaha. Menurut studi oleh Gemuh Rasa Astuti, berdasarkan perhitungan matriks Quantitative Strategic Planning (QSP), strategi yang paling menarik untuk diterapkan dalam pemasaran sapi potong adalah untuk memperluas jaringan pemasaran menembus pasar

dengan potensi daya tarik yang tertinggi (Astiti, 2022). Selain itu kegiatan pengabdian masyarakat oleh Barus, dkk menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM peternakan melalui implementasi komunikasi pemasaran terintegrasi meliputi branding, website, search engine marketing dan marketing communication tools mampu meningkatkan angka penjualan mitra dimana hasil dari kegiatan mampu meningkatkan pendapatan mitra sebesar 20% (Barus et al., 2024). Program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Pradiani, juga menilai bahwa digital marketing dipandang sebagai media yang paling baik sebagai sarana promosi yang paling efektif dan efisien serta mampu meningkatkan volume penjualan yang signifikan (Pradiani, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa digital marketing dapat membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk menjangkau lebih banyak konsumen, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga regional dan nasional. Temuan ini juga memberikan kesempatan yang sama bagi pelaku usaha di sektor peternakan untuk memanfaatkan digital marketing. Kebijakan pemerintah Indonesia melalui program "Desa Digital" juga mendukung transformasi digital di sektor agrikultur, dengan menyediakan infrastruktur dan pelatihan, seperti yang terlihat di Desa Cangkingan, di mana digitalisasi meningkatkan penjualan sapi secara signifikan menjelang Idul Adha (Republika, 2022).

Program pengabdian ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui serangkaian solusi yang komprehensif. Pertama, akan diadakan penyuluhan mengenai pentingnya pemasaran digital melalui platform silembu.com dan teknik SEO untuk peningkatan visibilitasnya. Kedua, pendampingan teknis akan diberikan untuk membantu peternak dalam membuat dan mengoptimalkan akun serta profil usaha mereka di silembu.com. Terakhir, program ini juga mencakup pendampingan berkelanjutan untuk memastikan peternak mampu secara mandiri memanfaatkan teknologi digital dalam jangka Panjang (Miftahulhair, 2018).

Melalui program pengabdian ini, kami bertujuan untuk memberdayakan kelompok peternak sapi qurban di Desa Tanjung Gusta dalam menggunakan teknologi digital yaitu platform silembu.com untuk meningkatkan jangkauan target pasar mereka. Kami berharap para peternak dapat lebih kompetitif di pasar yang semakin digital dan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka secara berkelanjutan. Dengan mengadopsi teknologi digital, peternak akan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan menawarkan produk yang lebih berkualitas kepada pelanggan (Pramudya, 2024). Pada akhirnya, program ini diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup para peternak dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal.

Program pengabdian ini bertujuan untuk mencapai beberapa hasil kunci yang mendukung keberhasilan peternak dalam pemasaran digital. Pertama, kami ingin meningkatkan hardskill peternak dalam menggunakan platform digital seperti Silembu.com dan alat digital lainnya. Ini mencakup

penguasaan dalam membuat, mengelola, dan mengoptimalkan profil bisnis di platform digital, serta menerapkan teknik SEO untuk meningkatkan visibilitas produk mereka di pasar online. Selain itu, kami berfokus pada pengembangan keterampilan dalam penggunaan media sosial dan alat pemasaran digital lainnya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Dengan meningkatkan hardskill ini, kami berharap para peternak dapat secara mandiri menjalankan strategi pemasaran digital yang efektif dan efisien, serta mampu menganalisis dan mengoptimalkan performa penjualan mereka secara berkelanjutan.

B. METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam kegiatan ini adalah Kandang Sapi Arfhan dan kelompok peternak di Desa Tanjung Gusta. Kelompok ini terdiri dari 11 orang peternak. Kandang Sapi Arfhan merupakan salah satu peternak yang akan menjadi contoh dalam penerapan pemasaran digital, sedangkan kelompok peternak lainnya akan terlibat dalam seluruh proses pelatihan dan pendampingan. Metode pelaksanaan melibatkan berbagai kegiatan oleh dosen dan mahasiswa. Kegiatan dosen akan mencakup pengembangan konsep platform, penyuluhan mengenai pentingnya pemasaran digital, dan workshop penggunaan Silembu.com. Pelatihan juga akan dilaksanakan untuk memberikan pengalaman praktis dalam pembuatan akun dan pengelolaan platform silembu.com. Selain itu, pendampingan akan dilakukan untuk membimbing peternak dalam mengelola akun bisnis dan platform pemasaran secara berkelanjutan. Di sisi mahasiswa, mereka akan berperan dalam membantu pelaksanaan teknis sosialisasi dan pelatihan, termasuk memfasilitasi sesi pelatihan dan membantu peserta dalam proses praktis.

Langkah-langkah pelaksanaan dimulai dengan tahap pra kegiatan, yaitu persiapan yang meliputi identifikasi kebutuhan peternak, penjadwalan kegiatan, serta koordinasi dengan pihak terkait untuk memastikan kelancaran proses. Selanjutnya, pembuatan platform silembu.com dan buku panduan penggunaannya akan dilakukan sebagai bagian dari persiapan. Pada tahap kegiatan, pelatihan akan dilaksanakan dalam satu hari dengan beberapa sesi oleh 1 orang pemateri yaitu Fahrizal Rambe, yang merupakan tim pengembang platform silembu.com. Berikut adalah rincian kegiatan dalam satu hari tersebut, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Pelatihan Penggunaan silembu.com

| Waktu | Kegiatan | Materi |
|---------------|--|---|
| 09:00 - 10:00 | Sesi 1: Pemasaran Digital Melalui Platform silembu.com | Dasar - Dasar Pemasaran Digital dan SEO website |
| 10:00 - 11:00 | Sesi 2: Pengelolaan Website silembu.com | Navigasi website dan pembaharuan informasi, |

Monitoring dan evaluasi akan dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan. Selama pelatihan berlangsung, observasi akan dilakukan untuk mengevaluasi pemahaman peserta dan pelaksanaan materi. Setelah kegiatan selesai, angket dengan 7 pertanyaan dan wawancara dengan 2 pertanyaan inti pasca kegiatan akan digunakan untuk menilai dampak pelatihan terhadap keterampilan pemasaran peternak dan keberhasilan penerapan digital marketing dalam meningkatkan penjualan sapi endampingan juga akan terus dilakukan pasca kegiatan melalui WhatsApp, pertemuan langsung, dan pemantauan web silembu.com.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Pra Kegiatan

a. Identifikasi Kebutuhan Peternak

Pada tahap awal, tim pelaksana melakukan survei dan wawancara dengan perwakilan peternak di Desa Tanjung Gusta, yaitu peternak dari Kandang Sapi Arfhan untuk mengidentifikasi kebutuhan utama mereka terkait pemasaran digital. Hal ini dilakukan untuk memahami sejauh mana pengetahuan dan kesiapan peternak dalam menggunakan teknologi digital. Dari hasil identifikasi, ditemukan bahwa sebagian besar peternak belum familiar dengan pemasaran digital dan membutuhkan pelatihan dasar mengenai penggunaan platform digital. Dokumentasi kegiatan wawancara dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Wawancara untuk Identifikasi Kebutuhan Peternak

b. Penjadwalan Kegiatan dan Koordinasi

Penjadwalan kegiatan pelatihan dilakukan dengan mempertimbangkan ketersediaan waktu peternak dan tim pengabdian. Selain itu, koordinasi dengan Kandang Sapi Arfhan sebagai perwakilan peternak juga dilakukan untuk memastikan kesiapan mereka. Kandang Sapi Arfhan akan menjadi contoh dalam penerapan pemasaran digital dan data sapinya dimasukkan ke dalam silembu.com. Kesepakatan dicapai untuk melaksanakan pelatihan pada tanggal yang telah ditentukan dengan persiapan yang matang.

c. Pembuatan Platform Silembu.com dan Buku Panduan

Pembuatan dan pengembangan platform Silembu.com dilakukan oleh tim dosen dan pengembang. Buku panduan penggunaan juga disiapkan untuk memudahkan peternak dalam memahami dan menggunakan platform. Fitur-fitur silembu.com yang dihasilkan dalam pra kegiatan meliputi berbagai elemen yang dirancang untuk memudahkan navigasi dan memberikan informasi yang relevan bagi penggunanya. Navigasi Bar ditempatkan di sudut kanan halaman utama, menyediakan akses cepat ke berbagai menu seperti Home, Tentang, Layanan, Kontak, Blog, Login, dan Daftar. Halaman Beranda (Homepage) dirancang untuk menampilkan fitur pindai QR Code, informasi ringkas tentang data sapi pilihan, kontak, layanan website, serta tautan ke halaman lainnya. Halaman Tentang memberikan informasi mengenai tujuan pembuatan website ini, sedangkan Layanan Website menampilkan daftar lengkap layanan yang disediakan oleh Silembu. Halaman Kontak memudahkan pengunjung untuk mengirim pesan kepada pengembang melalui email. Bagian Blog digunakan untuk memublikasikan artikel, berita terbaru, pengumuman, dan konten lain yang terkait dengan pengelolaan ternak sapi, yang sekaligus membantu dalam optimisasi mesin pencari (SEO) dan memberikan informasi berharga kepada pengunjung. Fitur Pendaftaran dan Login Pengguna memungkinkan dua jenis pengguna, yaitu peternak dan admin. Peternak dapat mendaftar dan login untuk menambah serta mengupdate data sapi yang mereka miliki, sedangkan admin memiliki akses untuk mengelola web dan akun peternak. Selain itu, terdapat Dashboard Admin yang merupakan halaman khusus untuk admin dengan menu seperti Member, Blog, Data Info Sapi, Halaman, dan Pengaturan Situs. Bagi peternak, tersedia Dashboard Peternak dengan fitur yang meliputi Akun Peternak, Sapi, dan Kandang, sehingga memudahkan mereka dalam mengelola data dan informasi terkait ternak mereka. Buku panduan berisi tentang langkah-langkah pendaftaran akun, cara mengunggah informasi produk, dan tips SEO dasar. Buku panduan ini difokuskan pada penggunaan platform menggunakan smartphone karena keterbatasan perangkat komputer. Tampilan awal platform Silembu.com dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tampilan Awal Silembu.com

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan dalam 1 hari dengan 2 sesi pada tanggal 26 Juli 2024. Tim abdimas terdiri dari 5 orang dosen dan 5 mahasiswa, didampingi oleh tim LPPM Universitas Negeri Medan. Tim membawa perlengkapan yang dibutuhkan untuk pelatihan. Pelatihan ini dihadiri oleh 11 orang peternak dan pemilik sapi. Pelatihan dimulai dengan pengenalan dasar-dasar pemasaran digital dan SEO website yang disampaikan oleh Fahrizal Rambe. Pada sesi ini, materi yang disampaikan meliputi pentingnya pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Fahrizal menjelaskan teknik dasar SEO untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari seperti Google, serta bagaimana menggunakan platform digital seperti Silembu.com untuk mempromosikan produk secara lebih efektif. Selain itu, disampaikan pula strategi konten yang relevan dan menarik untuk menarik calon pembeli. Fahrizal juga memberikan contoh-contoh sukses dari penggunaan pemasaran digital dalam industri peternakan untuk memberikan gambaran nyata kepada peserta. Dokumentasi kegiatan sesi pertama dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sesi 1 “Pemasaran Digital Melalui Platform silembu.com”

Pada sesi kedua, peserta diberikan pelatihan praktis mengenai navigasi website dan pembaruan informasi di platform Silembu.com. Materi yang disampaikan meliputi cara menjelajahi dan memahami struktur situs Silembu.com, panduan langkah demi langkah untuk mendaftar dan membuat akun di Silembu.com, serta cara menambah dan mengedit informasi produk sapi, termasuk detail seperti usia, berat, dan harga. Peserta juga diajarkan tentang penggunaan dashboard untuk mengelola data peternakan dan informasi produk, serta cara memperbarui informasi secara berkala untuk memastikan data selalu akurat dan terkini. Tidak ketinggalan, disampaikan pula langkah-langkah untuk mencetak QR code sapi yang dapat digunakan untuk memudahkan calon pembeli mendapatkan informasi lengkap tentang sapi tersebut.

Selain itu, sesi ini juga mencakup integrasi dengan media sosial. Peserta diajarkan cara membuat akun media sosial di platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok. Materi meliputi cara menghubungkan akun media sosial dengan Silembu.com untuk berbagi informasi produk secara langsung. Dengan integrasi ini, peternak diharapkan dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat tambahan untuk mempromosikan sapi mereka, berinteraksi dengan calon pembeli, dan membangun komunitas yang lebih besar (Rizqina & Wikartika, 2024).

Peran mahasiswa dalam sesi ini sangat penting. Mahasiswa mendampingi peserta secara langsung, membantu mereka membuat akun, mengelola informasi produk sapi, dan menghubungkan akun media sosial mereka dengan platform Silembu.com. Mahasiswa juga memberikan panduan praktis dan solusi atas kendala teknis yang dihadapi oleh peserta selama pelatihan, memastikan setiap peternak bisa mengikuti seluruh proses dengan baik. Peserta pelatihan yang terdiri dari kelompok peternak di Desa Tanjung Gusta berhasil membuat akun dan mengelola informasi produk sapi mereka di platform serta mengintegrasikannya dengan media sosial. Pada akhirnya, platform Silembu.com diharapkan tidak hanya bisa digunakan oleh peternak di Tanjung Gusta tetapi juga dalam lingkup yang lebih luas, sehingga memberikan manfaat bagi peternak di berbagai daerah untuk memasarkan sapi mereka secara digital.

3. Monitoring dan Evaluasi

a. Observasi Selama Pelatihan

Selama pelatihan, tim pelaksana melakukan observasi peserta untuk menilai pemahaman mereka terhadap materi yang disampaikan. Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta dengan rentang usia 20-30 tahun lebih dapat mengikuti program pelatihan dibandingkan dengan peserta lainnya. Mereka menunjukkan kecepatan dan kemudahan dalam memahami dan mengaplikasikan materi, sementara peserta dengan usia di atas range 20-30 tahun

membutuhkan waktu lebih lama untuk beradaptasi dengan teknologi baru.

b. Evaluasi Pasca Kegiatan

Setelah pelatihan selesai, angket dan wawancara pasca kegiatan dilakukan untuk menilai dampak pelatihan terhadap keterampilan peternak dalam mengelola silembu.com. Berikut ini adalah tabel hasil angket yang diberikan kepada peserta pelatihan, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Angket Pelatihan

| No | Aspek Penilaian | Skala Penilaian | Frekuensi |
|----|---|---------------------------|-----------|
| 1 | Kepuasan Terhadap Materi Pelatihan | Sangat Puas | 6 |
| | | Puas | 4 |
| | | Cukup Puas | 1 |
| | | Tidak Puas | 0 |
| | | Sangat Tidak Puas | 0 |
| 2 | Pemenuhan Harapan: | Sangat Memenuhi | 6 |
| | | Memenuhi | 5 |
| | | Cukup Memenuhi | 0 |
| | | Tidak Memenuhi | 0 |
| | | Sangat Tidak Memenuhi | 0 |
| 3 | Penilaian Fasilitator/Instruktur: | Sangat Baik | 7 |
| | | Baik | 4 |
| | | Cukup Baik | 0 |
| | | Kurang Baik | 0 |
| | | Sangat Tidak Baik | 0 |
| 4 | Kepuasan Terhadap Fasilitas dan Alat Bantu: | Sangat Memadai | 5 |
| | | Memadai | 4 |
| | | Cukup Memadai | 2 |
| | | Kurang Memadai | 0 |
| | | Sangat Tidak Memadai | 0 |
| 5 | Kemudahan Mengoperasikan Situs Web: | Sangat Mudah | 0 |
| | | Mudah | 3 |
| | | Cukup Mudah | 5 |
| | | Sulit | 2 |
| | | Sangat Sulit | 1 |
| 6 | Kepercayaan Diri Menggunakan Fitur Web: | Sangat Percaya Diri | 0 |
| | | Percaya Diri | 3 |
| | | Cukup Percaya Diri | 5 |
| | | Tidak Percaya Diri | 3 |
| | | Sangat Tidak Percaya Diri | 0 |
| 7 | Kebutuhan Pendampingan Lanjutan: | Sangat Membutuhkan | 8 |
| | | Membutuhkan | 3 |
| | | Cukup Membutuhkan | 0 |
| | | Tidak Membutuhkan | 0 |
| | | Sangat Tidak Membutuhkan | 0 |

Hasil evaluasi pelatihan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi di antara peserta, dengan 60% merasa sangat puas dan 40% puas dengan materi yang disampaikan. Semua peserta merasa pelatihan memenuhi atau sangat memenuhi harapan mereka. Penilaian terhadap fasilitator sangat positif, dengan 64% menilai mereka sebagai sangat baik. Sebagian besar peserta juga puas dengan fasilitas, meskipun ada sedikit ruang untuk perbaikan.

Namun, kemudahan mengoperasikan situs web bervariasi, dengan 27% merasa mudah, 45% cukup mudah, dan 27% mengalami kesulitan. Kepercayaan diri dalam menggunakan fitur web juga bervariasi, dengan 27% merasa percaya diri dan 45% cukup percaya diri. Dari data kemudahan mengoperasikan situs web dan kepercayaan diri dalam menggunakan fitur web, jika diasumsikan peternak sama sekali tidak memahami penggunaan web Silembu.com sebelum pelatihan, maka dapat disimpulkan ada peningkatan skill rata-rata sebanyak 73% dengan kategori minimal cukup. Kebutuhan pendampingan lanjutan sangat tinggi, dengan 73% peserta merasa sangat membutuhkan dukungan lebih lanjut. Secara keseluruhan, meskipun pelatihan telah memenuhi ekspektasi dan kepuasan peserta, ada kebutuhan untuk meningkatkan kemudahan penggunaan situs web dan kepercayaan diri pengguna melalui dukungan tambahan.

c. Kendala yang Dihadapi atau Masalah Lain yang Terekam

1) Kendala Teknis

Beberapa peserta mengalami kesulitan teknis dalam mengoperasikan smartphone untuk pengelolaan website. Mereka merekomendasikan rekan, saudara, atau anaknya yang lebih faham penggunaan smartphone untuk didampingi dalam tahap monitoring.

2) Keterbatasan Waktu

Waktu pelatihan yang singkat menyebabkan beberapa materi tidak dapat disampaikan dengan mendalam. Disarankan untuk memperpanjang durasi pelatihan atau mengadakan sesi lanjutan untuk materi yang belum sempat dibahas secara mendetail.

Dengan pelaksanaan tahapan ini, diharapkan peternak di Desa Tanjung Gusta dapat membuka wawasan peternak tentang teknologi digital secara efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan hasil penjualan sapi mereka.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat ini berhasil memberdayakan peternak sapi qurban di Desa Tanjung Gusta dengan memanfaatkan teknologi digital. Melalui pelatihan dan pendampingan, para peternak kini lebih memahami penggunaan platform silembu.com dan strategi pemasaran digital. Evaluasi menunjukkan bahwa peserta merasa puas dengan materi yang disampaikan

dan mengalami peningkatan hardskill penggunaan platform digital sebesar 73% dengan kategori minimal cukup, meskipun beberapa tantangan seperti kendala teknis dan waktu pelatihan yang terbatas telah teridentifikasi. Ke depannya, diperlukan pendampingan berkelanjutan untuk membantu peternak memanfaatkan teknologi digital secara mandiri. Sesi pelatihan lanjutan dengan durasi yang lebih panjang dapat membantu mengatasi kendala yang ada. Selain itu, melibatkan lebih banyak peternak dari daerah lain dan meningkatkan infrastruktur digital di desa dapat memperluas manfaat program ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Negeri Medan (UNIMED) atas dukungan dan pendanaan yang memungkinkan terlaksananya program ini. Juga, kami berterima kasih kepada Kandang Sapi Arfhan dan kelompok peternak di Desa Tanjung Gusta atas partisipasi aktif mereka, serta kepada tim pengabdian masyarakat dari UNIMED yang telah bekerja keras untuk kesuksesan pelatihan ini. Keberhasilan program ini tidak lepas dari dukungan dan kerjasama semua pihak. Semoga hasil kerja sama ini memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Apdillah, D., Zebua, R. B., Idham, M., & Anhar, I. (2022). Teknologi Digital Di Dalam Kehidupan Masyarakat. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 8(2), 101–107. <https://doi.org/10.47521/selodangmayang.v8i2.247>
- Barus, O. P., Pangaribuan, J. J., Muda, I., Chilwin, Ricky, Jovanka, S., Dennison, S., & Chandra, C. (2024). Digitalisasi Proses Pemasaran Peternakan Dengan Implementasi Integrated Marketing Communication di 786 NS Farm. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 3(2), 734–743.
- Darmayunata, Y., Siswati, L., & Arianto, A. (2023). Pemasaran Ternak Sapi Kota Pekanbaru dengan Aplikasi Berbasis Web. *Informatika Mulawarman: Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 17(1), 15. <https://doi.org/10.30872/jim.v17i1.6078>
- El Mane, A., Chihab, Y., Tatane, K., & Korchiyne, R. (2022). Agriculture Supply Chain Management Based on Blockchain Architecture and Smart Contracts. *Applied Computational Intelligence and Soft Computing*, 2022, 1–23. <https://doi.org/10.1155/2022/8011525>
- Fahrurozi, G., Putri, S. N., Fahlevi, M. I., & Septiadi, M. A. (2024). Dinamika Persaingan Bisnis di Era Digital yang Berpengaruh terhadap Pedagang Offline. *Jurnal Strategi Dan Bisnis*, 12(1), 66. <https://doi.org/10.19184/jsb.v12i1.44980>
- Gemuh Rasa Astiti, N. M. A. (2022). [Peluang Pasar Digital Untuk Pemasaran Sapi Potong. *Edunity: Kajian Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 1(03), 96–102. <https://doi.org/10.57096/edunity.v1i03.16>
- Miftahulkhair, M. (2018). Pendampingan Sosial Terhadap Anak Jalanan Di Rumah Perlindungan Sosial Anak (RPSA) Kota Makassar. *Phinisi Integration Review*, 1(2), 223. <https://doi.org/10.26858/pir.v1i2.6659>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>

- Pramudya, M. A. S. J. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Pakan Ternak Melalui Ecommerce. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(6), 278–283.
- Rahulil, M. N. A. I. (2024). Pengembangan Sistem Marketplace Penjualan Hewan Ternak Berbasis Website Menggunakan Rapid Application Development. *Jurnal Manajemen Informasi*, 16(2).
- Republika. (2022). *Jualan Lewat Online, Ratusan Sapi Desa Cangkingan Ludes Diserbu Pembeli*. <https://news.republika.co.id/berita/renfts380/jualan-lewat-online-ratusan-sapi-desa-cangkingan-ludes-diserbu-pembeli?>
- Rizqina, Rr. R. N., & Wikartika, I. (2024). Integrasi Sosial Media Dalam Strategi Digital Marketing Sebagai Wadah Promosi Bisnis Kudapan Nini. *Jurnal Sosial & Abdimas*, 6(1), 11–18. <https://doi.org/10.51977/jsa.v6i1.1444>
- Saputra, H. T., Rif'ah, F. M., & Andrianto, B. A. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Economics, Management, Business, and Entrepreneurship*, 1(1), 29–37. <https://doi.org/10.31537/jembe.v1i1.1275>
- Wiriany, D., Natasha, S., & Kurniawan, R. (2022). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia. *Jurnal Nomosleca*, 8(2), 242–252. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i2.8821>