

Smart Farming dan Digital Entrepreneurship Mendongkrak Pernakan Kompetitif di Jawa Farm

Angga Pramadjaya^{1*}, Nita Aribah Hanif², Asriadi³, Siti Iramaya⁴, Elly Shinta
Herlina⁵

¹ Sistem Informasi, Universitas Pamulang*
^{2, 3, 4, 5} Ilmu Pemerintahan, Universitas Pamulang

*anggapramadjaya@unpam.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian kepada Masyarakat ini ditujukan untuk mentransformasikan sistem pemasaran dan tata kelola peternakan kambing lokal berbasis digital di JawaFarm.shop. Digitalisasi UMKM di sektor peternakan menjadi salah satu urgensi untuk menjaga eksistensi usaha dan meningkatkan daya pemasaran yang kompetitif dan adaptif. Kegiatan pengabdian dilakukan melalui beberapa metode yakni survei lapangan untuk mengetahui masalah mitra, mengkonstruksikan platform marketplace sebagai solusi pemecahan masalah, pemberian latihan digital marketing dan tata kelola peternakan cerdas (*smart farming*), serta monitoring dan evaluasi kegiatan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama Jawa Farm berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam memanfaatkan platform digital marketing sebagai bagian dari strategi pemasaran modern. Platform digital marketing yang dibangun adalah website yang menyediakan fitur layanan kambing kurban seperti aqiqah, tabungan qurban dan tabur qurban; produk daging kambing mentah, susu kambing dan data riwayat vaksinasi untuk kambing perah. Pelatihan dilakukan secara bertahap, dimulai dengan pengenalan konsep dasar digital marketing, fungsi platform, serta potensi manfaatnya bagi usaha peternakan. Pelatihan berfokus pada keterampilan teknis, meliputi cara mengunggah foto kambing ke dalam katalog digital, memperbarui stok, mengisi deskripsi produk secara informatif, mengelola fitur komunikasi pelanggan, melakukan pemotretan foto produk berkualitas serta penyusunan caption yang menarik dan mudah dipahami calon pembeli.

Kata Kunci: Tata kelola cerdas, Kewirausahaan Digital, Jawa Farm

ABSTRACT

This Community Service program aims to transform the marketing and governance system of a digital-based local goat farm at JawaFarm.shop. The digitalization of MSMEs in the livestock sector is urgently needed to maintain business existence and increase competitive and adaptive marketing power. The community service program was conducted through several methods, including field surveys to identify partner issues, constructing a marketplace platform as a solution, providing digital marketing and smart farming management training, and monitoring and evaluating activities. The community service program, carried out in collaboration with Jawa Farm, successfully increased the capacity of partners to utilize digital marketing platforms as part of a modern marketing strategy. The digital marketing platform developed is a website that provides services for sacrificial goats, such as aqiqah, qurban savings, and qurban scattering; raw goat meat products, goat milk, and vaccination history data for dairy goats. Training is conducted in stages, starting with an introduction to basic digital marketing concepts, platform functions, and its potential benefits for livestock businesses. The training focuses on technical skills, including uploading goat photos to a digital catalog, updating stock, providing informative product descriptions, managing customer communication features, capturing high-quality product photos, and creating engaging captions that are easy for potential buyers to understand.

Keywords: Smart Farming, Digital Entrepreneurship, Jawa Farm

PENDAHULUAN

Kabupaten Serang merupakan salah satu daerah di Provinsi Banten yang memiliki potensi peternakan cukup baik (1), khususnya dalam budidaya kambing (2), salah satunya usaha peternakan kambing Jawara Farm. Jawara Farm berlokasi di Kabupaten Serang dan dikelola secara mandiri oleh kelompok peternak lokal. Fokus utama Jawara Farm adalah pemeliharaan kambing jenis peranakan etawa (PE) dan kambing kacang untuk keperluan daging, susu dan aqiqah. Jawara Farm didirikan dengan semangat pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui sektor peternakan. Peternakan ini memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan usaha ternak kambing, baik dari segi populasi ternak, ketersediaan pakan alami, maupun pengalaman peternak dalam pemeliharaan kambing jenis peranakan etawa dan kambing kacang.



Gambar 1. Kondisi Eksisting Peternakan Jawara Farm

Meskipun memiliki potensi yang besar dalam pengembangan usaha peternakan kambing, Jawara Farm hingga saat ini belum menerapkan sistem digital dalam operasional usahanya. Seluruh kegiatan manajemen ternak, mulai dari pencatatan populasi, jadwal pakan, hingga riwayat kesehatan kambing masih dilakukan secara manual atau hanya berdasarkan ingatan peternak. Selain itu, aspek pemasaran juga masih berjalan secara konvensional. Penjualan kambing dilakukan melalui relasi langsung, mulut ke mulut, atau bergantung pada tengkulak. Jawara Farm belum memiliki katalog digital, atau platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Padahal, transformasi digital dapat menjadi solusi strategis untuk meningkatkan efisiensi usaha (Molla & Heeks, 2015), memperluas jangkauan pasar yang kompetitif (Jain et al., 2021), dan mendukung kemandirian peternak (Taher, 2021).

Transformasi digital dalam sektor bisnis menjadi salah satu strategi resistensi terhadap era *VUCA* (*Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity*). Era *VUCA* merupakan fenomena tidak terduga yang dapat memengaruhi kestabilan berbagai sektor termasuk bisnis. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi aktor ekonomi yang mampu mendongkrak perekonomian nasional, bahkan di tengah era *VUCA*. Oleh karena itu, digitalisasi UMKM termasuk peternakan kambing lokal perlu diupayakan guna meningkatkan kemampuan adaptif dan agility dalam dunia usaha lokal. Sejalan dengan penelitian (Atmojo et al., 2024), (Atmojo et al., 2022) bahwa Agile Governance

melalui literasi digital oleh pelaku usaha mampu menstimulasi perkembangan bisnis bahkan di era VUCA seperti pasca-pandemi covid-19. Digitalisasi UMKM juga dapat mendorong usahanya merambah ke pasar global (Fridayani et al., 2021).

Kondisi ini menjadikan transformasi digital sebagai kebutuhan mendesak bagi Jawara Farm agar dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, serta memperkuat branding produk peternakan di era globalisasi. Kolaborasi antar-sektor, seperti akademisi, sangat dibutuhkan untuk memberdayakan UMKM naik kelas (Atmojo et al., 2023). Berangkat dari akar masalah ini, tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) menawarkan beberapa solusi untuk meningkatkan performa pamsaraan sekaligus tata kelola peternakan berbasis digital di Jawara Farm, meliputi pembangunan platform digital marketing dan pengintegrasian data vaksinasi ternak. Melalui transformasi peternakan digital, diharapkan dapat menstimulasi ketercapaian tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs) nomor 1 (Tanpa kemiskinan), 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), 9 (Industri, Inovasi dan Infrastruktur) dan 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab).

METODE

Kegiatan pengabdian terdiri dari beberapa tahap yang dapat dijabarkan melalui gambar berikut ini :



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Kegiatan PKM

a. Sosialisasi dan akomodasi masalah mitra

Kegiatan diawali dengan sosialisasi program kepada mitra, yakni Jawara Farm, beserta masyarakat sekitar yang terlibat atau memiliki ketertarikan dalam bidang peternakan. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman menyeluruh tentang tujuan, manfaat, dan alur kegiatan program pengabdian. Selain itu, sosialisasi juga menjadi forum dialog untuk mengidentifikasi kebutuhan nyata mitra di lapangan dan menguatkan komitmen bersama agar program berjalan secara partisipatif dan sesuai konteks lokal.

b. Pelatihan dan penerapan teknologi

Setelah proses sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan yang difokuskan pada dua aspek utama, yakni manajemen usaha peternakan dan pemasaran digital. Peternak diberikan pengetahuan serta keterampilan praktis mengenai pencatatan data ternak secara digital, pengelolaan jadwal pakan, pelacakan kesehatan ternak, serta manajemen keuangan sederhana. Pada sisi pemasaran, pelatihan diarahkan pada pengelolaan media sosial, pembuatan konten digital yang menarik dan informatif, serta

pemanfaatan platform e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pelatihan dilaksanakan secara interaktif dan disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta.

c. Keberlanjutan program

Keberlanjutan program berguna untuk memastikan bahwa kegiatan PKM dapat berdampak positif dalam jangka panjang untuk mitra

Adapun keberlanjutan program bersama mitra yakni :

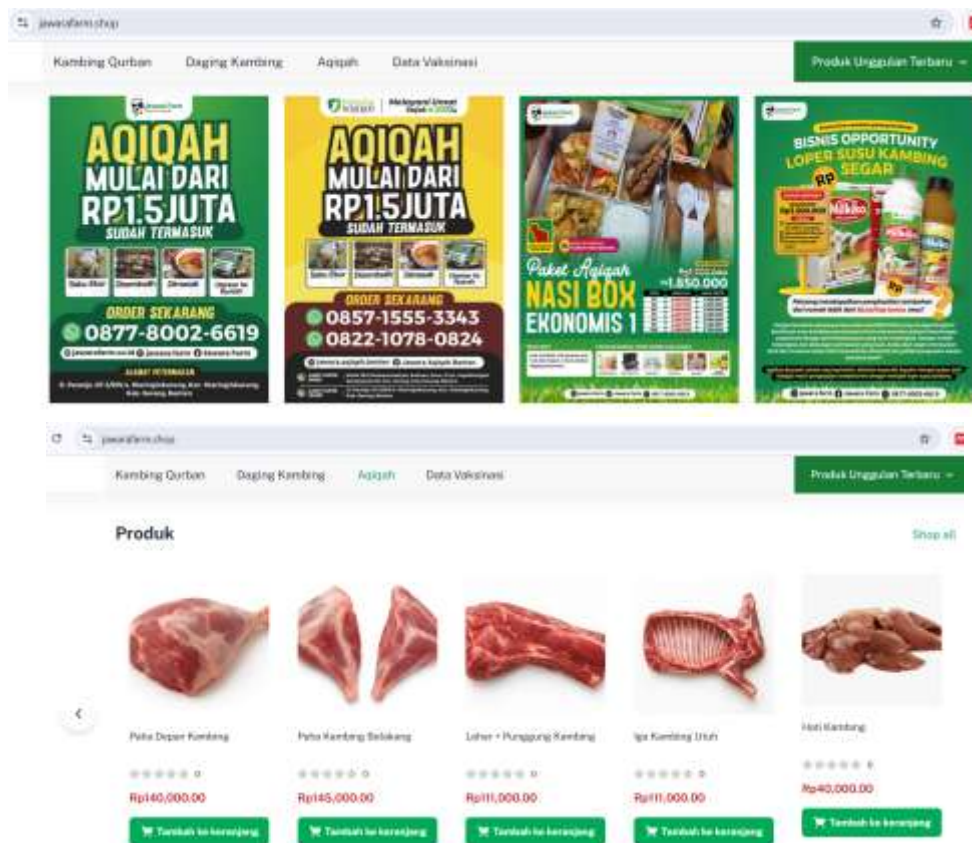
- pembentukan tim operasional jawara farm untuk mengelola sistem digital yang telah dikembangkan, mulai dari website, katalog produk, hingga manajemen database pelanggan.
- pelatihan lanjutan dalam bentuk coaching clinic dan modul pembelajaran daring bagi mitra dan anggota komunitas
- Tim pengusul akan berperan sebagai fasilitator dalam membangun kerja sama lanjutan antara Jawara Farm dengan berbagai institusi, seperti perguruan tinggi, pemerintah desa dan daerah, serta masyarakat sekitar.
- Model program ini dirancang agar bisa direplikasi oleh komunitas peternak lain di
- wilayah Kabupaten Serang, dengan dukungan teknis awal dari Jawara Farm sebagai pusat rujukan lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara garis besar, kegiatan PKM dibagi menjadi dua yakni pengembangan platform marketplace untuk produk Jawara Farm dan pelatihan pengoperasian platform bagi tim Teknologi Informasi (TI) dari Jawara Farm.

A. Pengembangan Platform Marketplace Dan Manajemen Ternak

Tim PKM mengembangkan platform sesuai dengan kebutuhan mitra terutama berkaitan dengan digital marketing. Platform digital marketing yang dibangun adalah website yang menyediakan fitur layanan kambing kurban seperti aqiqah, tabungan kurban dan tabur kurban; produk daging kambing mentah, susu kambing dan data riwayat vaksinasi untuk kambing perah. Website dan media sosial berfungsi sebagai “etalase digital” yang memungkinkan konsumen melihat kualitas kambing secara transparan (Novitasari & Pramadjaya, n.d.). Hal ini sejalan dengan teori pemasaran digital bahwa kehadiran online meningkatkan kepercayaan konsumen (Kotler & Keller, 2020).



Gambar 3. Tampilan Platform Jawarafarm.shop

Platform Jawarafarm.shop juga mewadahi percakapan antara pembeli dan penjual melalui whatsapp business yang sudah terintegrasi dalam website. Integrasi ini digunakan untuk memudahkan calon pembeli dalam mengakses informasi detail sesuai kebutuhan konsumen. Guna menjaga loyalitas pelanggan, platform Jawarafarm.shop membangun database untuk mencatat jejak pencarian produk oleh calon konsumen. Pengelola website dapat mem- follow-up calon konsumen untuk mengkonfirmasi produk yang tengah dicari serta memberikan rekomendasi terbaik bagi konsumen. Sistem follow up dilakukan oleh *Customer Service* (CS) sebagai bagian dari pelayanan prima.

Sistem pembelian produk melalui Jawarafarm.shop sama dengan sistem pada marketplace lain yang diawali dengan memilih produk beserta jumlah yang dibutuhkan, pembeli mengisi identitas diri dan alamat pengiriman, lalu memilih jenis pembayaran dan transaksi dapat dilakukan *by transfer payment* maupun *cash on delivery* (COD). Selain digital marketing, platform ini menyediakan fitur pencatatan data riwayat kesehatan bagi kambing perah. Hal ini dilatarbelakangi oleh sistem pemeliharaan kambing perah memiliki teknis khusus untuk menjaga kualitas dan produktivitas susunya. Guna membantu peternak dalam manajerial kambing perah, platform Jawarafarm.shop menyediakan fitur pencatatan riwayat kesehatan ternak terutama riwayat vaksinasi. Adapun ketentuan jarak pengiriman yang dapat diakomodasi yakni seluruh wilayah Provinsi Banten dan Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta untuk menjaga kesegaran daging kambing.

Hasil implementasi platform digital marketing mulai menunjukkan dampak positif, terlihat dari meningkatnya interaksi melalui media sosial, bertambahnya pertanyaan pelanggan dari wilayah di luar jangkauan sebelumnya, serta meningkatnya kunjungan ke lokasi peternakan berdasarkan data Google Business. Perubahan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi pemasaran mampu memperluas segmen pasar dan memberikan peluang peningkatan pendapatan bagi Jawara Farm. Dampak ini juga sejalan dengan teori pemasaran digital yang menekankan pentingnya visibilitas online sebagai salah satu faktor utama dalam meningkatkan konversi pembelian.

B. Pelatihan Smart Farming dan Digital Entrepreneurship

Setelah platform dibentuk, Tim PKM menyelenggarakan beberapa pelatihan seperti manajemen ternak berbasis digital (smart farming), pelatihan pembuatan katalog digital & marketplace, serta *maintaining konsumen* melalui follow-up online.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan dilakukan secara bertahap, dimulai dengan pengenalan konsep dasar digital marketing, fungsi platform, serta potensi manfaatnya bagi usaha peternakan. Pada tahap ini, peserta pelatihan yang terdiri dari pemilik dan pengelola Jawara Farm diberikan pemahaman mengenai peran website dan media sosial dalam meningkatkan visibilitas usaha. Selanjutnya, pelatihan berfokus pada keterampilan teknis, meliputi cara mengunggah foto kambing ke dalam katalog digital, memperbarui stok, mengisi deskripsi produk secara informatif, serta mengelola fitur komunikasi pelanggan. Peserta juga dilatih untuk membuat konten sederhana menggunakan ponsel, seperti foto produk berkualitas, video pendek yang menampilkan proses perawatan kambing, serta penyusunan caption yang menarik dan mudah dipahami calon pembeli.

Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mitra mengoperasikan platform digital marketing. Mitra yang sebelumnya belum terbiasa menggunakan teknologi kini mampu mengelola konten secara mandiri, memperbarui katalog kambing, dan merespons calon pelanggan dengan lebih cepat melalui saluran digital. Perubahan ini terlihat dari meningkatnya frekuensi unggahan konten promosi

serta peningkatan interaksi pada akun media sosial Jawara Farm. Selain itu, mitra mulai memahami pentingnya konsistensi dalam publikasi konten sebagai bagian dari strategi pemasaran jangka panjang. Pelatihan juga membantu mitra menyadari bahwa penggunaan platform digital bukan hanya untuk promosi, tetapi juga untuk membangun kepercayaan pelanggan melalui transparansi harga, kualitas produk, dan informasi layanan.

Dampak lainnya adalah meningkatnya kepercayaan diri mitra dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari proses bisnis sehari-hari. Mitra mengaku lebih mudah menjangkau pelanggan baru dan menerima pertanyaan terkait ketersediaan kambing tanpa harus melakukan komunikasi tatap muka. Respons dari pelanggan pun lebih cepat karena informasi dapat diakses langsung melalui platform yang telah dilatih penggunaannya. Kegiatan ini juga memberikan wawasan baru kepada mitra terkait pentingnya analisis sederhana terhadap interaksi digital, seperti jumlah kunjungan, pesan masuk, dan respons pembeli, sehingga mitra dapat membuat keputusan pemasaran yang lebih tepat.

Walaupun terdapat beberapa tantangan, seperti keterbatasan waktu mitra untuk mengunggah konten secara rutin serta kesulitan awal dalam menggunakan fitur tertentu, kegiatan pelatihan tetap memberikan dampak positif dan berkelanjutan. Mitra menyatakan bahwa modul pelatihan dan panduan penggunaan yang disiapkan tim sangat membantu ketika mereka memerlukan referensi dalam praktik sehari-hari. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini telah berhasil meningkatkan literasi digital, memperkuat kapasitas pengelolaan platform pemasaran, dan membuka peluang bagi Jawara Farm untuk memperluas pasar melalui strategi pemasaran modern yang lebih efektif dan adaptif dengan tuntutan era digital.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama Jawara Farm berhasil meningkatkan kapasitas mitra dalam memanfaatkan platform digital marketing sebagai bagian dari strategi pemasaran modern. Melalui serangkaian pelatihan yang mencakup pengenalan konsep digital marketing, pemahaman fitur-fitur utama platform, serta keterampilan teknis dalam pengelolaan konten dan komunikasi pelanggan, mitra menunjukkan perkembangan signifikan dalam kemampuan mengoperasikan teknologi digital secara mandiri. Penguasaan ini terlihat dari meningkatnya aktivitas unggahan konten, kemampuan memperbarui katalog kambing, serta respons yang lebih cepat terhadap pertanyaan calon pelanggan melalui media digital. Dampak positif juga tercermin dari meningkatnya visibilitas usaha, memperluas jangkauan informasi, serta meningkatnya tingkat kepercayaan pelanggan terhadap Jawara Farm sebagai usaha peternakan yang adaptif dan profesional.

Pelatihan ini tidak hanya mendorong peningkatan literasi digital mitra, tetapi juga memperkuat pemahaman mengenai pentingnya konsistensi dalam pemasaran berbasis teknologi. Meskipun beberapa kendala teknis dan keterbatasan waktu masih ditemukan, pendampingan yang diberikan selama kegiatan PKM membantu mitra untuk mengatasi hambatan tersebut melalui panduan operasional dan sesi latihan berulang. Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini membawa manfaat nyata bagi penguatan

kapasitas usaha Jawara Farm dan membuka peluang peningkatan daya saing melalui pemanfaatan teknologi digital. Ke depan, diharapkan mitra dapat terus mengembangkan keterampilan yang telah diperoleh dan memanfaatkan platform digital secara berkelanjutan sebagai bagian dari transformasi bisnis menuju pemasaran yang lebih efektif dan berbasis inovasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmojo, M. E., Darumurti, A., & Hanif, N. A. (2023). Collaborative Governance in Empowering MSMEs to Advance in Class in Pacitan. *Journal of Government & Civil Society*, 7(1). <https://jurnal.umat.ac.id/index.php/jgs/article/view/7058>
- Atmojo, M. E., Darumurti, A., & Hanif, N. A. (2024). Agile Governance in Optimizing Digital Literacy for Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) in Kulon Progo Regency. *Journal of Local Government Issues (LOGOS)(LOGOS)*, 7(1), 68–82. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/logos.v7i1.29981>
- Atmojo, M. E., Darumurti, A., Hanif, N. A., & Fridayani, H. D. (2022). PACITAN GOVERNMENT ' S AGILE GOVERNANCE IN OPTIMIZING DIGITALIZATION OF MSMEs POST THE COVID-19 PANDEMIC of Government Affairs and Administration , Faculty of Social and Political Science , Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Digitalization of MSMEs. *4th Journal of Government and Politics Conference (JGP-IC)*, 3. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4777772>
- Fridayani, H. D., Hakim, M. L., Hanif, N. A., & Darumurti, A. (2021). *Indonesian MSMEs Toward the Global Market : Challenges and Future Agenda Planning*.
- Jain, V., Malviya, B., & Arya, S. (2021). *An Overview of Electronic Commerce (e-Commerce) An Overview of Electronic Commerce (e-Commerce)*. May. <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.03.090>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran* (2nd Editio). erlangga.
- Molla, A., & Heeks, R. (2015). *Exploring E-Commerce Benefits for Businesses in a Developing Country*. January. <https://doi.org/10.1080/01972240701224028>
- Novitasari, S., & Pramadjaya, A. (n.d.). *MANAJEMEN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL DENGAN TEORI DAN IMPLEMENTASI* (Romdhoni (ed.)). MAFY media literasi indonesia.
- Taher, G. (2021). *E-Commerce : Advantages and Limitations*. February. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS>