

Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Bagi Peternak Ayam Potong Di Kelurahan Batakte

Ida L. Sendia¹, Adolfia A. Baros², Thomas R.K Endo³, Januario Y. Sonbay⁴, Yeremias A. Tnomel⁵, Markandidus Nahak⁶, Gerson Y. Naif⁷, Yanuarius A. Berek⁸, Ayub A. Mautorin⁹, Klotilda S. Andi¹⁰, Sarani M. Tulun¹¹, Petronrla A. Balol¹², Patrisia N. Anata¹³, Engelin A.B. Eku Nai¹⁴, Merliana Gisela¹⁵, Selviana T Bria¹⁶, Stefanie N.B. Burin¹⁷

¹⁻¹⁷Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, Indonesia

*e-mail : stefanieburin@gmail.com

Abstract

The technique of marketing broiler livestock using social media has a very important and much-needed role in today's society. Seeing that there are still many people who don't know social media as a forum or place for online sales, because nowadays sales through social media can be valued as a solution so that breeders can upload and promote the results of broiler chickens using social media without being limited by place and time. The purpose of this technique is (1) to provide socialization and training on the use of social media to market broiler livestock products (2) to increase the number of consumers buying broiler chickens. The method used is to provide an understanding of the importance of social media and help with the marketing process, which is given directly to KKNT-PPN students in the management study program.

Keywords: Marketing techniques, social media, marketing

Abstrak

Teknik memasarkan ternak ayam potong menggunakan media sosial memiliki peran yang sangat penting dan sangat di butuhkan dalam kehidupan masyarakat saat ini. Melihat masih banyaknya masyarakat yang belum megenal media sosial sebagai wadah atau tempat penjualan online, karena zaman ini penjualan melalui media sosial dapat di nilai sebagai sebuah solusi agar peternak dapat mengupload sekaligus mempromosikan hasil ternak ayam potong menggunakan media sosial tanpa di batasi tempat dan waktu. Tujuan dari teknik ini adalah (1) memberi sosialisasi dan pelatihan penggunaan sosial media untuk memasarkan hasil ternak ayam potong (2) meningkatkan jumlah konsumen pembeli ayam potong. Metode yang di lakukan yaitu memberikan pemahaman mengenai pentingnya media sosial serta membantu proses pemasaran, yang di berikan langsung mahasiswa KKNT-PPN program study manajemen.

Kata kunci: Teknik pemasaran, media sosial, pemasaran

Accepted: 2023-03-27

Published: 2023-04-13

PENDAHULUAN

Menurut Nassrullah (2015) media sosial merupakan media atau perantara di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial juga sebagai tempat penjualan masa kini yang sangat di gemari oleh hampir seluruh masyarakat yang biasa di kenal dengan sebutan *Sosial Media Marketing (SMM)*. Pengertian lain menyebutkan bahwa media sosial sebagai bentuk pemasaran melalui media digital dengan platform media sosial dengan situs web jaringan. Tujuan adanya media ini diharapkan untuk dapat mempromosikan segala produk atau jasa maupun berbagai macam layanan melalui cara yang berbeda-beda yakni berbayar langsung maupun menggunakan sistem pembayaran online. Pemasaran melalui media sosial juga sangat menghemat pengeluaran juga memudahkan produsen dengan konsumen dalam proses pembelian dan penjualan.

Kelurahan Batakte merupakan salah satu keluarahan di Kabupaten Kupang Barat, dimana mayoritas masyarakat bekerja sebagai peternak ayam potong dan petani dengan usia diatas 30an tahun, dimana kurang memahami pemasaran melalui media sosial.

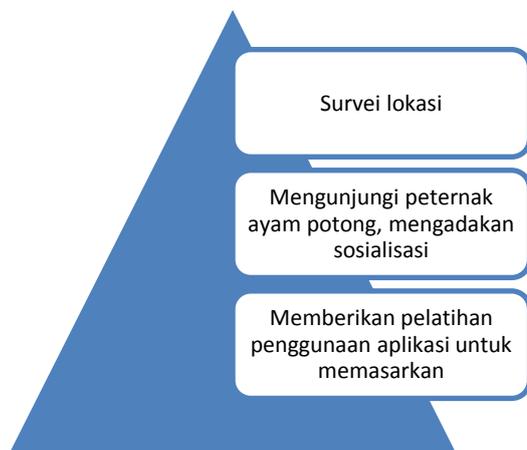
Permasalahan utama yang dialami oleh para peternak ayam potong di Kelurahan Batakte adalah kurangnya pemahaman para peternak mengenai penggunaan media sosial sebagai media pemasaran online. Hal ini di lihat dari sistem pemasaran selama ini yaitu dari mulut ke mulut atau *word of mouth* mengingat hanya itu saja sistem pemasaran yang digunakan. Masih terbatasnya upaya promosi yang dilakukan masyarakat peternak. Dengan mengikuti perkembangan zaman dan pemanfaatan teknologi, maka mahasiswa KKN Program study Manajemen mengadakan kegiatan untuk memberi sosialisasi dan pelatihan penggunaan media sosial untuk memasarkan produk berupa ayam potong, sehingga produk ini bisa menjangkau lebih banyak lagi konsumen.

Perkembangan teknologi yang terus berlangsung, harus menyadarkan para peternak bahwa media sosial akan memberikan dampak yang besar bagi keberlangsungan usaha yang mereka miliki. Program ini dilaksanakan karena melihat kurangnya pemahaman masyarakat ternak ayam potong Kelurahan Batakte, Kecamatan Kupang Barat tentang bagaimana cara memasarkan hasil ternak ayam potong melalui media sosial. Diharapkan dengan adanya program ini semua masyarakat peternak ayam potong yang belum mengenal pemasaran melalui media sosial untuk menuju masyarakat yang lebih maju dimana media sosial dapat menjadi wadah penjualan ayam potong.

METODE

Permasalahan utama yang dialami peternak adalah rendahnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan jangkauan pemasaran. Berkaitan dengan permasalahan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan berupa sosialisasi dan pelatihan. Oleh karena itu metode yang digunakan adalah ceramah, tanya jawab, diskusi dan praktek.

Tahapan kegiatan tersebut dapat di jelaskan sebagai berikut:



- ✓ Melaksanakan survei lokasi Kelurahan Batakte, Kecamatan Kupang Barat dan meminta ijin Bapak Ebenheser Tafu selaku kepala Kelurahan Batakte sebagai lokasi untuk pemasaran ayam potong. Bertemu dengan 20 orang peternak ayam potong di Kelurahan Batakte, Kecamatan Kupang Barat.



- ✓ Memberikan sosialisasi dan Tanya jawab. Menjelaskan cara penggunaan media sosial yang terdiri atas instagram dan facebook. Selain itu juga mengajarkan cara membuat iklan berupa foto yang menarik dengan menggunakan aplikasi canva.



- ✓ Melakukan pelatihan kepada para peserta yang merupakan peternak ayam potong, dengan membuat akun instagram dan facebook lalu membuat kalimat kalimat menarik untuk di promosikan.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini di laksanakan di Kelurahan Batakte ,Kecamatan Kupang Barat yang di laksanakan pada tanggal 01 Februari 2023. Yang di ikuti oleh para peternak ayam potong yang sangat berantusias untuk mengikuti program ini. Program ini juga tentunya sangat di dukung oleh Bapak Ebenhezer selaku Lurah Batakte juga warga masyarakat melihat adanya prospek keberlanjutan dari proses pemasaran menggunakan media sosial yang sangat bermanfaat. Kegiatan ini di laksanakan sekitar Pukul 10.00-12.30.

Pelaksanaan kegiatan ini di mulai dengan pengenalan media sosial berupa instagram dan facebook oleh mahasiswa kepada para peternak ayam potong. Dengan tujuan agar para peternak mengenal lebih dalam juga memahami cara penggunaan media sosial berupa instagram dan facebook dengan mengikuti arahan dari mahasiswa Program Study Manajemen. Selanjutnya mahasiswa Program Study Manajemen mengarahkan dan mempraktikan cara memasarkan hasil ternak ayam potong menggunakan sosial media berupa instagram dan faceook kepada masyarakat:

- 1) Mengenalkan media sosial sebagai media pemasaran online berupa instagram dan facebook.
- 2) Membuat akun instagram dan juga Facebook sebagai media pemasaran online kepada para peternak ayam potong, mengambil gambar produk untuk di edit dan di posting.
- 3) Mengupload hasil ternak ayam potong melalui instagram dan facebook dengan foto dan iklan berupa caption yang menarik.
- 4) Menetapkan media sosial instagram dan facebook sebagai media pemasaran online masyarakat peternak ayam potong batakte

Selama kegiatan tersebut berlangsung seluruh para peternak ayam potong sangat berantusias mengikuti proses yang di arahkan oleh mahasiswa. Hal ini karena para peternak merasa bahwa penjualan melalui media sosial berupa instagram dan facebook sangat menhemat waktu dan bisa di lakukan kapan saja juga karena penjualan melalui media sosial bagi mereka merupakan sesuatu yang baru sehingga peternak yang merasa bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat. Masyarakat peternak ayam potong Kelurahan Batakte juga merasa termotivasi dengan adanya kegiatan yang sangat bermanfaat ini untuk mengupload hasil ternak menggunakan media sosial.

Berikut ada beberapa dokumentasi hasil pelaksanaan kegiatan Membantu Memasarkan Ternak Ayam Potong Batakte:



KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan sosialisasi dan pelatihan memasarkan ayam potong menggunakan media sosial tersebut yaitu memberikan pemahaman dan motivasi masyarakat peternak ayam potong mengenai penggunaan media sosial sebagai wadah pemasaran. Hal ini merupakan langkah yang sangat tepat untuk membantu perkembangan pemahaman masyarakat peternak ayam potong untuk terus maju mengikuti perkembangan zaman mengenai proses pemasaran di era glocalisasi. Masyarakat yang awalnya hanya menganggap bahwa pemasaran berupa *word of mouth* (WOM) lebih tepat dilakukan karena mereka bisa menjual langsung kepada konsumen, namun pemanfaatan teknologi berupa media sosial ini nyatanya dapat menjangkau lebih banyak pelanggan lagi di berbagai daerah kabupaten Kupang tidak hanya di Kelurahan Batakte saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Akrimi, Y., & Khemakem, R. (2012). What Drive Customers to Spread The Word in Social Media. *Journal of Marketing Research and Case Studies*.
- Aprilia, L. Cryrila, L. & Burhanudin. (2008). Analisis strategi pemasaran ternak berbasis E-Commerce. *Jurnal ilmu produksi dan teknologi hasil peternakan*
- Noviandari, I., & Kusumo, B. (2021). SOSIALISASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK SECARA ONLINE OFFLINE KEPADA MASYARAKAT DESA SEKETI, BALONGBENDO, SIDOARJO. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- Oktarina, N., Widodo, J., & Fachrurrozie, F. (2019). Penguatan umkm Melalui Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Jangkauan Pemasaran di Kecamatan Toroh purwodadi. *Jurnal Abdimas*, 23(2), 170-174.
- Saravanakumar, M, & Sugantalakshmi, T. (2012). Social Media Marketing ,*Life Science Journal* Vol.9 No.4