

**PENINGKATAN KEMAMPUAN DALAM PEMANFAATAN DIGITAL
MARKETING PEMASARAN SUSU KAMBING ZAHRAH FARM DI CIPARAY**

KM. Syarif Haryana¹, Hennie Husniah², Dudi Haryadi³, Luthfia Ainunnaya⁴

^{1,2,4} Fakultas Teknik, Universitas Langlangbuana

¹kmsyarif@gmail.com, ²hennie.husniah@gmail.com, ³luthfiaa@gmail.com

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Langlangbuana

³duem.isdudi@gmail.com,

Abstract

Zahrah Farm is a partner engaged in micro and small saanen goat farming which results from cultivation such as: breeding, fattening, goat milk production, Kefir as processed goat milk, processed goat meat and parts of goat meat. Zahrah Farm's products are currently marketed in a traditional way and are done passively, namely waiting for orders from consumers. However, if one observes in terms of market potential, the product produced by Zahrah Farm is very potential and is a promising business. However, in normal times, MSMEs experience various challenges, both in terms of business competition, production disparities, capital, R&D, marketing and consumers, especially during the Covid-19 outbreak, adding to the small and micro business sector experiencing very heavy pressure. But of course all of this must be addressed as a challenge for the business world, because with this attitude the small and micro business sector can find the right solution in advancing the business. On this basis, the analysis process was carried out using quantitative case studies using interview instruments, literature studies, and document studies. From the results of the analysis carried out and the results of discussions with PkM partners, it is concluded that it is important to use Digital Marketing to market Zahrah Farm's products. The stages carried out are; assessing websites, building websites based on needs, developing derivative products from goat's milk, conducting digital marketing trials using whatsapp.

Keywords: kefir, market potential, disparity, digital marketing

Abstrak

Zahrah Farm merupakan mitra yang bergerak dalam usaha mikro kecil peternakan kambing Saanen yang hasil budi daya usaha seperti : pembibitan, penggemukan, produksi susu kambing, Kefir sebagai olahan susu kambing, olahan daging kambing beserta bagian – bagian dari daging kambing. Hasil produksi Zahrah Farm saat ini dipasarkan secara tradisional dan dilakukan secara pasif yaitu menunggu order dari konsumen (pelanggan). Namun bila dilakukan pengamatan dari segi potensi pasar, produk hasil budi daya Zahrah Farm ini sangat potensial serta merupakan usaha yang menjanjikan. Namun di masa normal saja UMKM mengalami berbagai tantangan baik dari sisi persaingan usaha, disparitas produksi, permodalan, litbang, pemasaran dan konsumen, apalagi dimasa wabah covid-19 ini menambah sektor usaha kecil mikro mengalami tekanan yang sangat berat. Namun tentu semua ini harus disikapi sebagai tantangan (challenge) bagi dunia usaha, karena dengan sikap inilah sektor usaha kecil mikro ini dapat menemukan solusi yang tepat dalam memajukan usaha. Atas dasar tersebut maka dilakukanlah proses analisis dengan metode kuantitatif case studies menggunakan instrumen wawancara, studi pustaka, studi dokumen. Dari hasil analisis yang dilakukan dan hasil diskusi dengan mitra PkM maka disimpulkan pentingnya pemanfaatan Digital Marketing pemasaran produk – produk Zahrah Farm. Adapun tahapan yang dilakukan adalah; menilai website, membangun website berdasar kebutuhan, mengembangkan produk turunan dari susu kambing, melakukan uji coba digital marketing memanfaatkan whatsapp

Kata kunci: kefir, potensi pasar, disparitas, digital marketing

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberikan dampak besar terhadap seluruh tatanan hidup masyarakat dunia termasuk di Indonesia. Sektor perekonomian Indonesia sedang diuji ketangguhannya. Berbagai kebijakan Pemerintah baik kebijakan sosial, ekonomi, kesehatan, dan lainnya telah dibuat untuk menyelamatkan seluruh rakyat Indonesia terutama sektor ekonomi. Dampak yang cukup berat dirasakan adalah sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (MKM). Data yang dihimpun oleh FEB UNS dinyatakan bahwa dampak tersebut salah satunya adalah penurunan pendapatan sebesar 84,20%, sedangkan pada Usaha Menengah Besar (UMB) juga mengalami penurunan sebesar 82,29%. Hal tersebut mengakibatkan UMKM harus memangkas jumlah tenaga kerja yang dimilikinya. Tantangan usaha pada masa – masa berat ini mendorong seluruh sektor usaha untuk melakukan berbagai terobosan. Namun Faktor eksternal yang memperberat sektor usaha ini seperti :

1. Ketidakpastian arah ekonomi global
2. Peningkatan jumlah sektor usaha sama yang menjadi pesaing
3. Wabah Covid-19 yang mendesak beberapa sektor usaha harus tutup.
4. Era Digitalisasi yang telah diterapkan para pesaing yang dapat meningkatkan peluang usaha, perluasan pemasaran, peningkatan efisiensi, serta peningkatan jumlah konsumen/ pelanggan.

Tekanan – tekanan atau tantangan tersebut di atas tentu akan lebih dirasakan untuk sektor usaha UMKM yang memiliki keterbatasan : modal, produksi dan keterbatasan pemasaran.

Analisis Situasi

Zahrah Farm merupakan bidang usaha mikro yang fokus pada Pusat budi daya kambing perah. Awalnya dirintis untuk menjawab peluang usaha yang ada dalam pengembangan biakan budi daya kambing. Zahrah Farm ini berkedudukan di Kp. Kangkareng Desa Cikoneng Kecamatan Ciparay, Kabupaten Bandung 40381. Ternak kambing saat ini dapat menjadi pilihan peluang usaha yang menjanjikan karena

minat masyarakat terhadap hewan berkaki empat ini masih banyak. Kambing biasanya diolah dan dijadikan sajian makanan yang lezat di rumah makan dan restoran. Bisa jadi gulai, sop, dan yang paling banyak peminatnya adalah sate.

Kambing juga sering dijadikan santapan khas acara-acara keagamaan, seperti akikah dan Idul Adha. Permintaan pasar selalu ada tidak perlu takut sepi pembeli jika menjadi peternak kambing. Beberapa informasi penting mengenai keuntungan, kerugian, cara beternak, dan modal yang perlu dipersiapkan agar proses ternak berjalan dengan lancar.

Peluang Usaha

Jika kita amati, bisnis perternakan kambing ini sama dengan hewan ternak lainnya, ada untung dan ada pula ruginya. Berikut ini keuntungan yang akan didapatkan.

1. Pasarnya luas
Pangsa pasar kambing cukup luas karena banyak rumah makan maupun restoran yang mengandalkan olahan kambing ini sebagai sajian utamanya. Bila kita amati banyak di pinggir jalan bahkan hampir setiap jarak beberapa ratus meter ada saja warung sate kambing atau gulai kambing.
2. Panennya cepat
Jika dirawat dan dipelihara dengan baik, waktu panen kambing terbilang cepat. Dalam satu tahun kambing bisa melahirkan sampai 25 anak kambing dengan modal ternak dua jantan dan tiga betina saja. Sementara itu, usia kambing yang siap dijual, adalah kira – kira yang sudah berumur 8-12 bulan.
3. Biaya pemeliharaannya murah
Biaya pemeliharaannya juga murah bila dibandingkan ternak sapi. Karena, kambing tidak membutuhkan lahan yang luas, serta pakan yang sulit. Beberapa kambing bahkan bisa diberi makan dengan rumput hijau saja.

Kerugian

Namun tentu ada keuntungan pasti ada kerugiannya, berikut ini kerugian yang biasa

dialami oleh para peternak.

1. Bau kambing yang sangat mengganggu Kerugian menjadi peternak hewan berkaki empat ini adalah, sering kali mendapatkan penolakan dari masyarakat sekitar. Penolakan tersebut lantaran bau kambing yang sangat menyengat yang sangat mengganggu penciuman warga. Oleh sebabnya, kita perlu mencari lahan yang jauh dari pemukiman warga agar tidak mengalami penolakan. Karena itu, tidak beralasan untuk takut terjun ke bisnis ini, selama dijalankan dengan cara yang benar, usaha ini akan menghasilkan keuntungan.
2. Mudah terserang penyakit Kambing ternyata termasuk hewan ternak yang mudah terserang penyakit. Salah satu penyakit yang sering menjangkiti adalah flu dan cacingan. Kalau flu diakibatkan dari perubahan cuaca yang tidak menentu, sedangkan cacingan bisa disebabkan karena pakan yang tidak higienis.

Permasalahan Mitra

Jenis kambing yang dikembangkan oleh zahrah farm adalah kambing jenis khusus yaitu shaanen yang terkenal memiliki produksi susu yang banyak. Kambing saanen adalah kambing yang berasal dari lembah Saanen, Swiss bagian barat. Merupakan salah satu jenis kambing terbesar di Swiss dan penghasil susu kambing yang terkenal. Jenis kambing ini awalnya sulit berkembang di wilayah tropis karena kepekaannya terhadap matahari. Oleh karena itu di Indonesia jenis kambing ini disilangkan lagi dengan jenis kambing lain yang lebih resisten terhadap cuaca tropis dan tetap diberi nama kambing saanen, antara lain dengan kambing peranakan etawa.

Identifikasi Masalah

1. Pengembangbiakan kambing memiliki karakteristik tersendiri yang mengharuskan peternak dapat menjawab tantangan.

2. Pengembangbiakan kambing harus memiliki lahan yang luas untuk membangun kandang.
3. Hewan kambing memiliki bau yang khas dan mengakibatkan orang enggan beternak kambing.
4. Saat ini telah banyak jenis – jenis ternak kambing yang telah dikembangkan seperti: Peranakan Etawa (PE), Saanen, Benggala, dan Kacang. Setiap jenis ternak memiliki karakter yang berbeda serta memiliki kelebihan dan kekurangan.
5. Peternak harus memiliki pengetahuan yang cukup untuk teknis pengembangbiakan kambing agar tidak trial and error.
6. Pengetahuan yang cukup pada Penyediaan, pemilihan, pengolahan pakan (manajemen pakan) ternak kambing.
7. Dibutuhkan metode yang tepat dalam pemilihan teknik pemasaran produk kambing ini agar mendapatkan hasil yang maksimal sehingga keuntungan penjualan ini dapat menjadi penopang modal produksi.
8. Saat ini di Peternakan Zahrah Farm disersifikasi produk olahan peternakan kambing baru sebatas : susu kambing murni dan susu kefir.
9. Terdapat tantangan besar dalam pemasaran produk susu kambing, karena bersaing dengan produk susu kambing yang lebih banyak volumennya.
10. Mainset susu kambing yang dipandang oleh sebagian besar masyarakat memiliki bau khas kambing atau lebih dikenal dengan istilah bau pengrus.
11. Harga jual susu kambing lebih mahal dibandingkan susu sapi, disatu hal ini sepertinya merupakan keuntungan bagi peternak namun disisi lain menimbulkan masalah persaingan dimana masyarakat akan lebih memilih membeli susu sapi dibanding susu kambing
12. Tidak kalah pentingnya adalah bagaimana hasil produksi susu kambing dari peternak ini dapat diserap/ dikonsumsi oleh masyarakat.

13. Tantangan selanjutnya adalah bagaimana pengelola dapat melakukan edukasi pada masyarakat akan nilai gizi pada susu kambing.
14. Tantangan lainnya adalah bagaimana menghasilkan produk olahan susu kambing yang memiliki cita rasa yang disukai masyarakat sehingga mereka tertarik dan menyukai susu kambing.
15. Bagaimana metode pemasaran produk susu kambing yang tepat sehingga dapat menyerap seluruh hasil produksi susu kambing dari peternak.
16. Bagaimana memanfaatkan digital marketing yang cocok bagi pemasaran produk susu kambing

METODE

Dari hasil identifikasi permasalahan mitra Zahrah Farm serta hasil survey, wawancara dan diskusi yang dilakukan secara instens dengan para pengelola Zahrah Farm maka disepakatilah beberapa pemecahan permasalahan yang dapat segera diselesaikan serta penerapan teknologi yang dipandang tepat disesuaikan dengan kondisi mitra. Dibutuhkan fokus bisnis serta pemilihan core bisnis mitra agar roda proses bisnis di Zahrah Farm dapat berputar menghasilkan keuntungan yang dapat menutupi segala kebutuhan modal produksi. Permasalahan utama dan bersifat segera yang perlu dipecahkan dalam PkM ini adalah bagaimana seluruh hasil produksi susu kambing dapat tersalurkan ke pelanggan. Tentu hal ini memiliki tantangan tersendiri, diantaranya adalah ;

1. Bagaimana cara dapat menambah pelanggan bagi Zahrah Farm
2. Bagaimana melakukan edukasi bagi pelanggan agar mengetahui bahwa susu kambing yang diproduksi dan dijual oleh Zahrah Farm rasanya enak dan tidak bau prengus.
3. Bagaimana cara melakukan edukasi bagi pelanggan agar mengetahui bahwa susu kambing itu memiliki manfaat yang sangat besar bagi kesehatan.
4. Bagaimana melakukan edukasi pada masyarakat umumnya dan khususnya pelanggan tentang produk susu

kambing yang diproduksi oleh Zahrah Farm

5. Bagaimana melakukan disversifikasi produk susu kambing yang dapat meminimalisasi kebosanan akan produk (susu kambing).

Dari proses identifikasi yang telah dilakukan maka dapat difokuskan dan disesuaikan dengan kebutuhan utama UMKM Zahrah Farm. Terdapat dua fokus penyelesaian permasalahan yaitu;

Tabel 1
Analisis Kebutuhan Mitra

No.	Kebutuhan Mitra	Solusi	Keterangan
1	Penilaian dan Pembangunan kembali halaman web zahrah Farm	Analisis dan Pembangunan kembali halaman Web Zahrah Farm	
2	Penerapan Digital Marketing bagi Zahrah Farm	Analisis dan Penerapan Digital Marketing bagi Zahrah Farm	
3	Kelengkapan sarana peningkatan Brand Zahrah Farm	1. Desain Kop, 2. Desain Cap	

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam paparan deskripsi hasil pengamatan yang telah dilakukan berkaitan dengan “Peningkatan Kemampuan Masyarakat Dalam Pemanfaatan Digital Marketing Pemasaran Kambing”. Pengumpulan data yang dilakukan melalui proses studi pustaka dan observasi disusun dalam hasil dan pembahasan pada bab ini. Penjabaran hasil dan pembahasan akan dilakukan berdasarkan kerangka pemikiran yang telah di susun sebelumnya, yaitu :

1. Analisis dan Pembangunan kembali halaman Web Zahrah Farm

Status Web : Web Zahrah Farm Lama
URL : <https://zahrah-susu-kambing.business.site/>

a. Halaman web lama

Halaman web lama ini dirasa memiliki kelemahan, berdasarkan hal tersebut maka dilakukanlah analisis dengan menggunakan metode WebQual, WebQual merupakan salah satu metode penilaian informasi yang disajikan pada halaman Web. WebQual dilakukan dalam mengukur sebuah situs yang didasarkan pada persepsi pengguna. Sebelum adanya penerapan metode WebQual, metode ini dahulunya digunakan dalam pengukuran sebuah kualitas jasa yang dinamakan ServQual. Seiring perkembangannya, WebQual mengalami beberapa interaksi baik pada penyusunan dimensi dan pertanyaan/atribut (Sanjaya, 2012). WebQual terbagi atas beberapa bagian yang dikategorikan kedalam dimensi yaitu kualitas terhadap usability, kualitas terhadap informasi, dan kualitas terhadap interaksi.

b. Hasil Pengujian berdasar pada Metode WebQual adalah;

Tabel 2
Hasil Pengujian Penilaian
Halaman Web Zahrah Farm

No.	Aspek Penilaian	Hasil Penilaian	Keterangan
1	Usability	Membutuhkan waktu mempelajari cara mengoperasikan situs ini	
Situs ini kurang jelas dan sulit dimengerti			
Situs ini sulit untuk dinavigasikan			
Situs ini sulit digunakan			

No.	Aspek Penilaian	Hasil Penilaian	Keterangan
		Tampilan situs kurang menarik	
2	Informasi	Situs kurang memberikan informasi yang akurat	
Informasi yang ditawarkan situs ini tidak dapat dipercaya			
Informasi yang diberikan bukan informasi yang terkini			
Situs ini memberikan informasi yang tidak relevan			
Situs ini memberikan informasi yang sulit dimengerti			
Informasi yang ditampilkan oleh situs ini kurang detail.			
Penyampaian informasi dalam situs ini bukan format standar			
3	Interaksi	Situs ini terlihat tidak memiliki reputasi yang baik	
Situs ini memberikan belum memberikan kesan rasa aman dalam transaksi			
Situs ini belum menjamin keamanan data pribadi pengunjung			

No.	Aspek Penilaian	Hasil Penilaian	Keterangan
		Situs ini tidak menimbulkan kesan berada dalam komunitas	
		Situs ini belum memudahkan komunikasi dengan Zahrah Farm	
		Layanan yang dijanjikan melalui situs ini tidak menjamin dilaksanakan	

- c. Berdasar pada tampilan halaman web Zahrah Farm di atas serta hasil penilaian dengan metode WebQual 4.0, maka dibangunlah halaman web baru yang akan menggantikan halaman web lama. Adapun pembaharuan yang dilakukan beberapa hal di bawah ini;

Tabel 3
Pembaharuan Web

No.	Poin Pembaharuan	Keterangan
1	Desain halaman web lebih menarik	
2	Informasi produk yang disampaikan lebih informatif dan jelas	
3	Halaman web dilengkapi dengan informasi berupa gambar	
4	Informasi yang ditampilkan pada halaman web dapat di update kapan saja	
5	Halaman web telah dilengkapi dengan fasilitas pesan produk yang hasil entri data akan dikirim secara realtime ke email. Email tersebut telah terintegrasi ke Ponsel yang ditentukan oleh Zahrah Farm	
6	Halaman web baru ini telah dilengkapi pula dengan menu – menu : Home,	

	Produk, Artikel, Order, serta Kontak	
7	Menu Artikel disediakan sebagai sarana komunikasi dan Edukasi antara peternak atau bahkan antara zahrah farm dengan konsumen/ calon konsumen, atau antar konsumen dengan konsumen atau antara para peternak dengan konsumen lainnya.	

2. Halaman Web Zahrah Farm Revisi
URL : <https://zahrafarms-test.herokuapp.com/Home>
3. Analisis dan Penerapan Digital Marketing bagi Zahrah Farm
Dari hasil analisis kebutuhan yang dilakukan baik melalui metode wawancara, studi dokumen ataupun metode lainnya, maka dibutuhkan metode pemanfaatan digital marketing oleh Zahrah Farm.
 - a. Sesuai dengan kelebihan dan positioning Zahrah Farm maka telah dilakukan uji-coba pemasaran varian baru produk khusus turunan dari produk susu kambing yaitu Manggo Milky Jelly, Blueberry Milky Jelly, Strawberry Milky Jelly, Pinenapple Milky Jelly
 - b. Dilakukan uji coba Digital Marketing lanjutan dengan memanfaatkan Ponsel untuk pemasaran. Aplikasi yang digunakan sebagai ujicoba yaitu Whatsapp dengan keunggulan :
 - 1) Pada Whatsaap terdapat beberapa Grup WA, sehingga hanya dengan mengirimkan satu pesan promo, maka beberapa/ berpuluh/ bahkan bisa beratus nomor WA dapat menerima pesan promo.
 - 2) Pada satu Grup WA terdiri dari nomor – nomor WA yang saling kenal sehingga pengiriman promo oleh orang yang dikenal/ teman akan lebih dipercaya dan ditanggapi.

- 3) Dapat pula dilakukan strategi lain yaitu dengan memasang informasi promo pada kolom Status, sehingga informasi dapat segera diterima oleh pengguna Whatsapp yang terdapat pada rekan – rekan.
4. Desain Kop
Dari hasil analisis kebutuhan yang dilakukan baik melalui metode wawancara, studi dokumen ataupun metode lainnya, ditemukan pula kebutuhan peningkatan perangkat Brand Image Zahrah Farm. Dalam PkM saat ini maka diusulkan untuk mendesain Kop Surat yang dapat digunakan oleh Zahrah Farm ketika suatu saat nanti dibutuhkan membuat ajuan ke perusahaan atau unit bisnis lain.

Kop surat di desain menggunakan perangkat lunak Corel Draw 2020 yang memang dikhususkan untuk mendesain grafis. Dengan CorelDraw maka kop surat dapat dibuat dengan format file pdf yang dapat dicetak langsung pada printer yang ada di sekitar, hal lainnya adalah file default coreldraw ini digunakan otomatis untuk mesin – mesin percetakan besar, sehingga jika memang suatu saat Zahrah Farm ini membutuhkan percetakan kop surat, maka cukup dengan menyerahkan file ini. Bahkan di percetakan – percetakan masa kini proses order dapat dilakukan secara online yaitu dengan mengirim pesan via email/ WhatsApp/ SMS serta di-attachment file kop surat berformat file coreldraw maka dalam satu dua hari kop surat dengan jumlah beberapa rim dapat dikirim ke pemesan.

KESIMPULAN

Digital marketing merupakan solusi yang tepat bagi Zahrah Farm dalam memasarkan produk kambing beserta turunan produknya. Terdapat beberapa cara pemanfaatan digital marketing di Zahrah Farm yaitu : Penilaian halaman web zahrah Farm yang lama, hasil penilaian itu

kemudian menjadi dasar pembangunan kembali halaman web baru yang lebih menarik, interaktif, kesesuaian dengan konsep digital marketing. Langkah selanjutnya adalah mengolah dan menambah hasil produksi susu kambing yang dikenal dengan istilah disversifikasi produk olahan susu kambing dengan meluncurkan produk Fruity Milky Drinks berbahan susu kambing yang dicampur dengan sari buah – buahan, dan Jelly. Usaha ini telah berhasil diterapkan sehingga mainset susu kambing yang memiliki bau khas kambing atau lebih dikenal dengan istilah bau prengus dapat hilang. Langkah digital marketing selanjutnya adalah membangun brand dengan cara menyiapkan desain kop surat serta Cap Zahrah Farm.

REFERENSI

- Farm, Z. (2016, 07 01). *Susu Kambing segar Zahrah Farm*. Retrieved from Zahrah Farm: <https://zahrah-susu-kambing.business.site>
- Hasanah, D. I. (2015). *Membangun Jiwa Entrepreneur Anak Melalui Pendidikan Kejuruan*. Makassar: CV. Misvel Aini Jaya, Makassar .
- Musaeni, S. H. (2020). *Digital Marketing*. Banyumas: Pena Persada.
- Statistik, B. P. (2021, Agustus 5). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved from Berita Resmi Statistik: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/08/05/1813/ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2021-tumbuh-7-07-persen--y-on-y-.html>
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan kiat dan proses menuju sukses Ed.4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tempo. (2021, Februari 23). *Tempo.co*. Retrieved from Data Tempo.co: <https://data.tempo.co/data/1111/jumlah-umkm-di-indonesia>
- Ternak, B. P. (2007). *Petunjuk Teknis Beternak Kambing Perah*. Bogor: Balai Penelitian Ternak, Ciawi Bogor.
- Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, 51-56.

UNS, H. (2021, Januari 1). *Berita Universitas Sebelas Maret* . Retrieved from UNS Website: <https://uns.ac.id/id/uns-update/pejuang-dan-tantangan-bangkitnya-umkm-indonesia-di-tengah-pandemi.html>