

Diversifikasi Produk, Merek dan Implementasi E-Commerce Sebagai Pendorong Pemasaran Asosiasi Peternak Ayam Kampung Singaparna Indonesia (APAKSI)

Kusuma Agdhi Rahwana^{1*}, Nurul Frasiska², Mohammad Fazar Fadilah³, Rini Nur Anisa⁴, Kiki Wahyudi⁵, Sari Novi Anggraini⁶

^{1,3}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

^{2,5}Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

^{3,6}Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Penulis Korespondensi: kusumaagdhi@unper.ac.id

Info Artikel

Diajukan: 29/09/2025

Diterima: 11/10/2025

Diterbitkan: 28/10/2025

Keywords:

product diversification,
branding, e-commerce,
marketing, APAKSI

Kata Kunci:

APAKSI, diversifikasi produk,
e-commerce, merek,
pemasaran



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2025 penulis

Abstract

Limited access to meet meat demand, which can only reach a small number of people, and the lack of product diversification beyond free-range chicken carcasses and DOC (Daily Old Chick), makes it difficult for the Asosiasi Peternak Ayam Kampung Singaparna Indonesia (APAKSI) to grow. This community service program aims to address the challenges faced by APAKSI by improving chicken farming efficiency, expanding market access, and developing products. The program is designed to assist chicken farmers in optimizing feed management by introducing fermented feed technology and pelleting, which will reduce feed costs and increase productivity. Furthermore, the program will assist farmers in product diversification, such as processed chicken products, and expand market reach through packaging, brand registration, and e-commerce platforms. The program will also provide training on financial management to help farmers monitor cash flow, control costs, and ensure the sustainability of their businesses. Expected outcomes include improved chicken farming practices, independent feed production, product diversification, broader market access, and better financial management. These efforts are expected to improve the social and economic well-being of farmers by increasing their income, reducing dependence on commercial feed, and creating jobs. This project aligns with the Sustainable Development Goals, particularly Zero Hunger, and contributes to national food security and economic well-being.

Abstrak

Terbatasnya akses untuk memenuhi permintaan daging, yang hanya mampu menjangkau masyarakat dalam lingkup kecil serta belum ada diversifikasi produk yang dihasilkan selain karkas ayam kampung dan DOC (Daily Old Chick), membuat Asosiasi Peternak Ayam Kampung Singaparna Indonesia (APAKSI) sulit untuk berkembang. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh APAKSI dengan meningkatkan efisiensi pemeliharaan ayam, memperluas akses pasar, dan pengembangan produk. Program ini dirancang untuk membantu peternak ayam dalam mengoptimalkan pengelolaan pakan dengan memperkenalkan teknologi pakan fermentasi dan pembuatan pakan pellet, yang akan mengurangi biaya pakan dan meningkatkan produktivitas. Selain itu, program ini akan membantu peternak dalam diversifikasi produk, seperti produk olahan ayam, serta memperluas jangkauan pasar melalui pengemasan, pendaftaran merek, dan platform e-commerce. Program ini juga akan memberikan pelatihan tentang pengelolaan keuangan untuk membantu peternak memantau arus kas, mengontrol biaya, dan memastikan keberlanjutan usaha mereka. Hasil yang

diharapkan termasuk peningkatan praktik budidaya ayam, pembuatan pakan mandiri, diversifikasi produk, akses pasar yang lebih luas, dan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi peternak dengan meningkatkan pendapatan mereka, mengurangi ketergantungan pada pakan komersial, dan menciptakan lapangan pekerjaan. Proyek ini sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, terutama Zero Hunger, dan berkontribusi pada ketahanan pangan nasional serta kesejahteraan ekonomi.

Cara mensitasi artikel:

Kusuma Agdhi Rahwana, Nurul Frasiska, Mohammad Fazar Fadilah, Rini Nur Anisa, Kiki Wahyudi, Sari Novi Anggraini. (2025). Diversifikasi Produk, Merek dan Implementasi E-Commerce Sebagai Pendorong Pemasaran Asosiasi Peternak Ayam Kampung Singaparna Indonesia (APAKSI). *Jurnal of Empowerment Community*, 7(2), 54–60. <https://doi.org/10.36423/jec.v7i2.2396>

PENDAHULUAN

BPS Kabupaten Tasikmalaya mencatat bahwa peminat ayam kampung mengalami peningkatan dan menjadi alasan bermunculan peternak ayam kampung seperti di wilayah Tasikmalaya. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa populasi ayam kampung di kabupaten tasikmalaya pada tahun 2022 sebanyak 2.322.586 meningkat di tahun 2023 sebanyak 2.422.586. Hal ini menjadi peluang komoditas ayam kampung dan didukung dengan hasil rekayasa genetika yang menciptakan strain Ayam Kampung Unggul atau Ayam Kampung Super. Peternakan ayam kampung unggul (KUB) memiliki potensi besar dalam mendukung ketahanan pangan dan meningkatkan kesejahteraan peternak di Indonesia. Ayam KUB dikenal memiliki kualitas daging yang lebih baik dan harga jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan ayam broiler, sehingga menjadi pilihan utama bagi peternak yang ingin menghasilkan produk unggulan.

Asosiasi Peternak Ayam Kampung Singaparna (APAKSI) merupakan asosiasi yang menaungi peternak-peternak ayam kampung khususnya ayam KUB. Asosiasi yang berlokasi di Desa Sukaherang RT 01 RW 05 Kecamatan Singaparna Kabupaten Tasikmalaya ini beranggotakan 10 peternak dengan kapasitas populasi paling sedikit 100 ekor dan paling banyak 2000 ekor ayam KUB.

APAKSI tergolong kelompok masyarakat produktif baru karena baru berdiri pada 25 Januari tahun 2025. Selama kurang dari 3 bulan berdiri APAKSI telah memenuhi permintaan daging ayam kampung sampai dengan 100 kg/ minggu dan Day Old Chicks (DOC) sebanyak 500 ekor (5 box)/minggu. Potensi kelompok ini cukup baik mengingat permintaan ayam kampung dipasaran khususnya Kabupaten dan Kota Tasikmalaya yang tinggi saat ini mampu sedikit demi sedikit dipenuhi dari peternak lokal. Namun, dibalik tantangan tersebut kelompok ini memiliki permasalahan yang perlu dibantu pemecahannya dalam kegiatan pengabdian Masyarakat ini. Peternak di Asosiasi Peternak Ayam Kampung Singaparna (APAKS) merupakan masyarakat yang produktif secara ekonomi sehingga permasalahan yang akan ditangani dalam kegiatan pengabdian masyarakat kali ini mencakup bidang produksi, manajemen usaha sampai dengan pemasaran yaitu belum terarahnya pengelolaan produk, belum ada diversifikasi produk dan belum ada legalitas sehingga belum mampu merambah pasar yang lebih luas.

Untuk itu, solusi yang dapat ditawarkan dalam permasalahan yang dialami oleh peternak APAKSI adalah Memberikan pelatihan diversifikasi produk, pelatihan penyusunan syarat dan pengajuan Merk, serta pemasaran melalui e-commerce. Produk yang dihasilkan peternak APAKS adalah ayam hidup (live birds), karkas ayam, dan DOC. Pelatihan diversifikasi produk bagi peternak

ayam kampung bertujuan untuk mengajarkan pada mereka cara mengolah dan menciptakan produk turunan dari ayam kampung seperti daging olahan, guna meningkatkan pendapatan dan mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk. Pelatihan penyusunan syarat dan pengajuan Merk akan membekali peternak dengan pengetahuan tentang regulasi dan prosedur agar produk mereka memiliki kepercayaan konsumen. Selain itu, pelatihan pemasaran melalui e-commerce akan membantu peternak memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan memperkenalkan produk mereka secara lebih efisien dan efektif. Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan berdasarkan permasalahan yang dihimpun dari kelompok masyarakat baru yang bergerak di bidang produksi ternak unggas. Tujuan dari Pengabdian ini adalah diversifikasi produk dan peningkatan akses pasar, membantu peternak dalam diversifikasi produk, pengolahan karkas ayam, serta pembuatan kemasan dan pendaftaran merk untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui e commerce.

METODE

Tahapan pelaksanaan program tersebut dapat dibagi menjadi beberapa langkah sebagai berikut:

1. Sosialisasi

Identifikasi target audiens dan sasaran program. Sosialisasikan tujuan program, manfaat, dan proses pelaksanaannya kepada masyarakat yang akan terlibat. Gunakan berbagai media komunikasi seperti pertemuan komunitas, media sosial, brosur, dan iklan untuk menyebarkan informasi.

2. Pelatihan

Rancang program pelatihan yang mencakup teknik-teknik diversifikasi produk ayam KUB dan pemasaran produk melalui e-commerce dan media sosial. Bekerja sama dengan para ahli atau lembaga terkait untuk menyelenggarakan pelatihan yang efektif dan relevan. Pastikan pelatihan mencakup praktek langsung dan bimbingan terhadap peserta.

3. Penerapan Teknologi

Siapkan infrastruktur dan peralatan yang dibutuhkan untuk proses pengolahan diversifikasi produk Ayam Ungkep KUB dan riset pasar dalam e-commerce dan media sosial. Lakukan instalasi dan konfigurasi teknologi yang dibutuhkan, seperti peralatan pengolahan freezer dll.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Berikan pendampingan dan dukungan kepada peserta program selama implementasi. Lakukan evaluasi berkala untuk memantau kemajuan dan mengidentifikasi kendala yang mungkin muncul. Berikan umpan balik kepada peserta untuk membantu mereka memperbaiki kinerja dan hasil.

5. Keberlanjutan Program

Bangun mekanisme untuk menjaga keberlanjutan program setelah periode pelaksanaan awal berakhir. Dukung peserta untuk mandiri dalam operasi dan pengembangan usaha mereka. Identifikasi sumber daya dan model bisnis yang dapat mendukung keberlanjutan program jangka panjang.

6. Pengolahan Diversifikasi Produk

Lakukan pengolahan Ayam Ungkep KUB sesuai dengan standar keamanan pangan dan kebersihan. Gunakan teknik pengolahan yang tepat untuk menghasilkan produk Ayam KUB cepat saji.

7. Pemasaran Produk Olahan Ayam KUB Melalui E-commerce dan media sosial

Buatkan platform e-commerce dan media sosial untuk memasarkan produk Ayam Ungkep cepat saji secara online. Lakukan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau pasar yang lebih luas. Berikan pelatihan kepada peserta tentang manajemen inventaris, pengiriman, dan layanan pelanggan dalam konteks ecommerce.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini akan mengimplementasikan solusi berbasis IPTEKS untuk meningkatkan produk dan pemasaran. Pelatihan diversifikasi produk dan pemasaran akan membantu peternak mengembangkan produk olahan ayam KUB serta memperluas pasar dengan pendekatan pemasaran digital dan legalitas usaha melalui Merk. Pendampingan berkelanjutan akan dilakukan untuk memastikan penerapan solusi ini, yang diharapkan dapat meningkatkan efisiensi usaha peternak serta membuka akses pasar yang lebih luas, sehingga meningkatkan kesejahteraan peternak secara berkelanjutan. Untuk lebih jelasnya tertuang pada tabel berikut :

No	Materi	Tujuan	Metode/Media	Peserta	Tempat
1	Sosialisasi manfaat merek <i>e-commerce</i> sebagai Katalog Penjualan Produk Unggulan	Dapat mengetahui manfaat merek dan berbagai macam bentuk penjualan online. Serta teknologi yang mendukung untuk sarana bisnis online.	• Presentasi • Diskusi interaktif	Pengurus APAKSI dan para Peternak yang tergabung di APAKSI	Aula BPP Singaparna Kabupaten Tasikmalaya
2	Sosialisasi pemasaran produk hasil ternak	Dapat mengetahui pemasaran produk yang baik	• Presentasi • Diskusi interaktif	Pengurus APAKSI dan para Peternak yang tergabung di APAKSI	Aula BPP Singaparna Kabupaten Tasikmalaya
3	Pelatihan membuat produk hasil ternak (ayam ungkep KUB)	Dapat membuat <i>ayam ungkep KUB</i>	• Praktik • Diskusi	Pengurus APAKSI dan para Peternak yang tergabung di APAKSI	Sekretariat APAKSI

4	Pendampingan pembuatan merek Ayam Ungkep KUB	Terdaftar nya merek ayam ungkep KUB APAKSI di DJKI	• Pendampingan • Diskusi	Pengurus APAKSI	Sekretariat APAKSI, LPPM UNPER
5	Pelatihan membuat <i>Instagram</i> Akun Bisnis untuk promosi	Dapat membuat <i>Instagram</i> Akun Bisnis untuk promosi	• Pendampingan • Diskusi	Pengurus APAKSI	Sekretariat APAKSI
6	Pelatihan membuat toko di <i>market place</i>	Dapat membuat toko untuk distribusi hasil tani di <i>market place</i>	• Pendampingan • Diskusi	Pengurus APAKSI	Sekretariat APAKSI
7	Peninjauan kelompok di APAKSI	Mengetahui tempat dan produk yang dijual APAKSI	wawancara	Pengurus APAKSI	Sekretariat APAKSI

Tahapan dari pelaksanaan ini yaitu memberikan pelatihan kepada para pengurus dan anggota peternak Asosiasi Peternak Ayam Kampung Singaparna (APAKSI), untuk mengetahui perkembangan usaha dan menginventarisir permasalahan yang dihadapi oleh APAKSI. Selain itu, mengolah dalam menentukan target pasar, kemudian mendapatkan customer, setelah itu menjaga customer, sehingga menciptakan hubungan yang kuat antara perusahaan dengan customer untuk menangkap nilai dari customer sebagai imbalan (Kotler dan Keller, 2016). Yang membedakan antara proses jual dan beli produk pada sistem e- commerce dengan proses jual dan beli produk secara tradisional adalah semua proses yang dimulai dari mencari informasi mengenai barang atau jasa yang diperlukan, kemudian melakukan pemesanan dan yang terakhir proses pembayaran di lakukan secara elektronik.

Jenis layanan e-commerce yang dimaksud dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini termasuk dalam kategori Business to Business (B2B) dan Business to Consumer (B2C), dikarenakan aktivitasnya APAKSI mengumpulkan para anggota peternaknya dalam mengelola hasil ternaknya. Selain menjual produknya kepada customer secara online dengan media internet melalui penyedia layanan e-commerce tapi bisa juga menjual produknya kepada anggota yang mau bergabung dengan APAKSI.

Pada pengabdian kepada masyarakat kali ini, aplikasi sistem e-commerce dengan membuat akun media sosial dan aplikasi yang udah tersedia di playstore, seperti shopee, tokopedia, bukalapak dan lainnya. Untuk pembuatan akun APAKSI mencoba untuk membuat akun di 1-2 aplikasi e-commerce yang ada di Indonesia. Kalau sudah menguasai aplikasinya nanti bisa menambah akun di aplikasi yang lain.

Setelah pembuatan akun di aplikasi e-commerce, langkah selanjutnya bagi Asosiasi Peternak Ayam Kampung Singaparna (APAKSI) adalah memikirkan bagaimana cara untuk memasarkannya. Pemasaran tidak hanya membicarakan tentang desain produk, harga produk maupun mendistribusikan produk, akan tetapi memberitahukan kepada customer luas agar produk yang di

jual oleh anggota di APAKSI tersebut dikenal dan dibeli oleh customer lokal, domestik maupun luar negeri. Pemasaran yang dimaksudkan hal ini adalah promosi.

Promosi pertama yang akan dilakukan oleh APAKSI adalah dengan cara mengenalkan produk baik secara luring maupun daring dengan memanfaatkan sosial media bernama facebook dan instagram. Promosi kedua yang akan dilakukan oleh APAKSI yaitu dengan cara memberikan harga diskon, supaya customer tertarik membeli produk yang dijual oleh APAKSI yang ada di laman aplikasi e-commerce seperti shopee, tokopedia, bukalapak dll. Dengan adanya promosi digital ini akan menambah pangsa pasar APAKSI menjadi bertambah. Karena dapat diakses di berbagai daerah.

Hasil pengabdian ini mendapat review dari Ketua APAKSI, dimana kegiatan ini menambah pangsa pasar APAKSI serta menambah pendapatan untuk APAKSI. Dampak dari pengabdian ini sangat signifikan dengan hasil yang didapatkan oleh APAKSI.



Sosialisasi program



pelatihan dan pendampingan



diversifikasi produk

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan terhadap APAKSI sangat membantu terutama dalam kegiatan membantu peternak dalam pembuatan diversifikasi produk Ayam Ungkep KUB APAKSI, serta pembuatan kemasan dan pendaftaran merk untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui e commerce.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Kemdiktisaintek yang telah mendanai PKM ini, kepada Universitas Perjuangan Tasikmalaya yang mendukung PKM ini dan tidak lupa kepada APAKSI yang telah menjadi mitra dari PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. Kabupaten Tasikmalaya Dalam Angka 2024 [Internet]. 2024 [cited 2025 Mar 25]. Available from: <https://tasikmalayakab.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/d5eac446d76c7abe7fc60ef9/kabupaten-tasikmalaya-dalam-angka-2024.html>
- Erwan E, Juliantoni J, Rizky A, Fati N. Performa Ayam Kampung Unggul Balitbangtan (KUB) Yang Diberi Sapuring Sebagai Substitusi Ransum Komersial. *Journal of Livestock and Animal Health*. 2023;6(1):51–6.

- Thony AA, Firmansyah A, Warsi W, Oktarina DT, Irawan R. Pengabdian Kepada Masyarakat Dengan Pendekatan Bakti Sosial Dan Pelatihan Bagi Peternak Ayam Di Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Pengabdian Pasca Unsiti* [Internet]. 2025 Feb 15 [cited 2025 Mar 25];(Vol 3 (1)). Available from: <https://ejournal.pps-unisti.ac.id/index.php/jurdianpasti/article/view/275>
- Pardosi U, Eva D, Zebua K. Performans ayam kub umur 7-75 hari dengan pemberian tepung daun singkong (manihot utilissima) fermentasi (effective microorganism) dalam ransum. *Jurnal Peternakan (Journal of Animal Science)*. 2025;9(vol 9 (1)):12.
- Suryadi U, Hertamawati RT, Bahariawan A. Penerapan teknologi pellet pada pakan ayam di ud. Kharisma tunggal jember. *Jurnal Ilmiah Inovasi*. 2016 Jul 22;14(2).
- Izzah S, Harwida G, Oktaviani de. Pelatihan penyusunan laporan keuangan pada usaha ternak ayam petelur di desa wonodadi. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Nusantara (JPPNu)* [Internet]. 2021 Dec [cited 2025 Mar 25];3(2):61–5. Available from: <https://journal.unublitar.ac.id/jppnu/index.php/jppnu/article/view/56/57>
- Frasiska N, Wulansari D, Rahayu N. The Backyard Farming Local Chicken Farm Development Model in Guranteng Village, Pagerageung District, Tasikmalaya Regency [Internet]. Vol. 2020, Februari. 2020. Available from: <http://jurnal.unpad.ac.id/mktt/index18>
- Frasiska N, Ardigurnita F. Pelatihan Pengolahan Hijauan Pakan di Desa Kertabumi Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*. 2022 Aug 19;2(4).
- Frasiska N, Rizki K, Rahayu N, Ardigurnita F, Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Perjuangan Tasikmalaya Jl Peta No J, Tasikmalaya - K. Feeding step-down protein with amosphere rice brand substitution to production performance and income over feed cost (iofc) cihateup ducks. 2022.
- Fadilah Mf. Mudahnya mengelola keuangan rumah tangga. *Journal of Empowerment Community* [Internet]. 2025;7(1). Available from: <https://e-journal.unper.ac.id/index.php/JEC>
- Rahwana KA, Nurhidayah S, Muhammad Priyadi K. Implementasi E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Produk Kelompok Tani Srimukti Desa Cibenda Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran [Internet]. 2022. Available from: <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/issue/archive>
- Saelan E, Utami S, Sulasmi. Pelatihan fermentasi dedak padi menggunakan em4 untuk pakan ayam kampung. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2022 Jul;(2).