

## Pelatihan Digital Marketing Competency Melalui Media Sosial Pada Klaster Peternakan Domba di Desa Banyulegi Mojokerto

Winaika Irawati<sup>1\*</sup>, Tri Sudarwanto<sup>2</sup>, Renny Dwijayanti<sup>3</sup>, Finisica Dwijayati Patrikha<sup>4</sup>,  
Angga Martha Mahendra<sup>5</sup>, Raya Sulistyowati<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>Pendidikan Bisnis/Universitas Negeri Surabaya

E-mail: [winaikairawati@unesa.ac.id](mailto:winaikairawati@unesa.ac.id)<sup>1\*</sup>, [trisudarwanto@unesa.ac.id](mailto:trisudarwanto@unesa.ac.id)<sup>2</sup>, [rennydwijayanti@unesa.ac.id](mailto:rennydwijayanti@unesa.ac.id)<sup>3</sup>,  
[finisicapatrikha@unesa.ac.id](mailto:finisicapatrikha@unesa.ac.id)<sup>4</sup>, [anggamahendra@unesa.ac.id](mailto:anggamahendra@unesa.ac.id)<sup>5</sup>, [rayasulistyowati@unesa.ac.id](mailto:rayasulistyowati@unesa.ac.id)<sup>6</sup>

---

### Article History:

Received: 30 September 2025

Revised: 1 Oktober 2025

Accepted: 2 Oktober 2025

### Keywords:

*Digital Marketing; Peternak Domba; Media Sosial*

**Abstract:** Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan kompetensi pemasaran pada peternak domba Desa Banyulegi dibidang digital marketing khususnya dalam pemanfaatan media social yang sedang digemari dan banyak diakses oleh masyarakat, sehingga dengan adanya pelatihan komepetensi pemasaran digital tersebut para peternak domba menerapkannya dalam kegiatan pemasarannya. Metode pelaksanaan kegiatan PKM yaitu melalui pelatihan dan pendampingan dengan memberikan materi terkait: a) Mengenali jenis digital marketing dan b) Merancang strategi Digital Marketing melalui media social. Hasil dari Pelatihan adalah semakin meningkatnya pemahaman dan kompetensi pemasaran yang dimiliki peternak domba dalam bidang pemasaran dengan menerapkan teknologi digital melalui media sosial yang sering digunakan oleh para peternak dalam kehidupan sehari-harinya seperti Whatsapp, Facebook, Instagram dan Tiktok. Pemilihan media sosial bukan tanpa alasan, melainkan karena saat ini media sosial sangat digemari dan menjadi media yang sering masyarakat gunakan, baik untuk berkomunikasi, membuat konten video, maupun untuk berbelanja. Tentunya ini menjadi suatu hal yang positif tersendiri dalam mengembangkan pemasaran secara digital.

## **PENDAHULUAN**

Di Indonesia, selain pertanian, peternakan adalah salah satu bentuk usaha rakyat yang memiliki prospek yang baik, karena sudah tingginya kesadaran dari masyarakat akan pentingnya protein hewani, pertumbuhan ekonomi dan penduduk. Desa Banyulegi merupakan desa yang berada di Kecamatan Dawar Blandong, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Secara umum Desa Banyulegi berada di dataran rendah dengan kondisi wilayah sedikit berbukit. Desa Banyulegi memiliki luas wilayah 329,552 ha. Jarak dari Kecamatan Dawar Blandong 1,5 km, jarak dari Kota Mojokerto 14 km dan jarak dari Kota Gresik 10 km. Mayoritas mata pencarian penduduk bergerak di bidang pertanian maupun perdagangan. Desa Banyulegi memiliki klaster peternakan domba dan kambing yang merupakan program besutan BSI Maslahat Bersama. Kluster peternakan tersebut memiliki lahan kandang yang sangat luas yaitu 2.200 m<sup>2</sup>, para kelompok peternak Mandiri Makmur Sejahtera mengelola kambing dan domba dengan jumlah ternak awal sejumlah 254 ekor, dan saat ini jumlah tersebut telah meningkat menjadi sebanyak 320 ekor.

Selain itu, dengan adanya klaster peternakan domba dan kambing tersebut menjadi salah satu potensi lokal dapat dioptimalkan untuk meningkatkan perekonomian desa banyulegi. Kluster kelompok peternakan domba / kambing desa banyulegi mengaplikasikan bentuk peternakan yang tidak hanya modern dan terlihat bersih tetapi juga akan memberikan pengalaman baru bagi masyarakat dalam dunia peternakan. Selain itu, pengolahan pakan ternak hingga kotoran hewan yang dikelola sendiri oleh masyarakat desa, diharapkan dapat memberikan kemanfaatan untuk seluruh masyarakat menjadi pupuk yang bisa digunakan masyarakat Desa Banyulegi. Pengoptimalan Peternakan Domba / Kambing di Desa Banyulegi sudah cukup baik, namun hal itu akan lebih baik apabila diimbangi dengan kompetensi pemasaran dimiliki para peternaknya. Sejauh ini kompetensi pemasaran terutama kompetensi pemasaran digital masih belum maksimal, dan perlu dilakukan di era digitalisasi seperti saat ini. Kelompok peternakan Domba / kambing merupakan usaha peternakan yang memiliki kemampuan yang sangat besar untuk dikembangkan. Namun sayangnya, Masyarakat masih mengelola usaha ternak ini sebagai usaha sampingan sehingga perhatian untuk pola pemasaran secara digital masih belum terlalu diperhatikan, bahkan lebih cenderung berbentuk tradisional yang skalanya masih terbatas

Kompetensi merupakan hasil dari sebuah proses pemberdayaan, sedangkan pemberdayaan itu sendiri merupakan suatu proses yang bertujuan untuk memberikan daya-daya pada masyarakat atau kegiatan yang membuat masyarakat mampu membangun dirinya sendiri, mampu bekerjasama, berani menghadapi resiko, dan mampu bertindak sesuai situasi (Slamet, dalam Simamora 2020). Para peternak di Desa Banyulegi merupakan sumber daya manusia yang menunjang perkembangan ekonomi di Indonesia. Terutama di era globalisasi seperti saat ini persaingan sumber daya manusia yang memiliki keunggulan bersaing sangat diperlukan (Wulansari, 2024), termasuk didalamnya bagaimana peternak dalam bersaing dan unggul dalam memasarkan produknya. Salah satu upayanya adalah dengan meningkatkan kompetensi yang dimiliki oleh para peternak. Sutrisno dalam (Wulansari, 2024) menyatakan bahwa kompetensi mencerminkan perilaku akan keahlian maupun keunggulan seorang karyawan maupun pemimpin yang memiliki keahlian, perilaku yang baik dan pengetahuan. Dalam hal ini peternak secara langsung merupakan pemimpin dipeternakan yang ia miliki. Maka akan sangat penting para peternak di Desa Banyulegi memiliki kompetensi yang baik mengenai peternakannya terutama kompetensi mengenai memasarkan secara digital.

Digital marketing adalah Pemasaran digital adalah proses periklanan produk atau jasa perusahaan dengan menggunakan digital teknologi yang tersedia di internet termasuk telepon seluler, iklan bergambar, dan digital lainnya media seperti iklan google dan facebook dll (Panda

dan Misrha, 2022). Maka dengan dimilikinya kompetensi pemasaran digital diharapkan peternak dapat memiliki pengetahuan, keterampilan dan berperilaku dalam memasarkan produknya dengan menggunakan pemasaran secara digital.

Salah satu upaya untuk dapat meningkatkan kompetensi pemasaran peternak khususnya peternak domba / kambing, adalah dengan mengenalkan aspek pemasaran. Pada dasarnya para peternak di Desa Banyulegi sudah memahami pola pemasaran, namun berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan kepada beberapa kelompok ternak domba di desa banyulegi, proses pemasaran yang telah dilakukan kelompok ternak domba selama ini yaitu bersifat konvensional yaitu dengan pemasaran secara langsung dimana pemasaran masih dalam *word of mouth*.

Kelompok peternakan domba / kambing di desa banyulegi masih terbatas dilakukan secara tradisional atau konvensional dijual secara langsung ke para konsumen dan masih usaha sampingan. Maka apabila para peternak ingin mengembangkan usahanya tidak hanya sebagai sampingan saja, maka diperlukan Upaya pengembangan usaha agar menjadi kegiatan usaha berbasis komersil. Aprilia et al (2018) menyatakan bahwa membuat usaha ternak menjadi komersil atau besar dapat dilakukan salah satunya dengan membuat kelompok dengan menggunakan pemasaran yang berbasis digital seperti Instagram, tiktok, facebook dan lainnya.

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini menuntut pelaku usaha (peternak) untuk selalu update dalam mengembangkan media pemasaran digital untuk promosi atau media yang digunakan pada saat proses pemasaran agar lebih menarik, variatif dan interaktif. Kurangnya pengetahuan peternak dalam digital marketing dan keterampilan peternak dalam pemanfaatan media pemasaran digital menyebabkan masih banyak konsumen yang belum mengetahui usaha tersebut. Dengan adanya pelatihan menggunakan media pemasaran digital melalui konten media sosial seperti facebook, Instagram, youtube maupun tiktok mampu menstimuli meningkatkan pemasaran dan promosi ternak diharapkan para peternak mampu meningkatkan usahanya agar lebih dikenal masyarakat luas melalui konten digital marketing.

Berdasarkan analisis uraian diatas, maka diperlukan kegiatan pelatihan terkait kompetensi digital marketing pada kelompok peternak domba di desa banyulegi agar para peternak dapat menguasai dasar pemasaran digital guna meluaskan sayap usahanya dan dapat mempromosikan serta memasarkan ternak domba melalui media digital. Melalui pelatihan kompetensi digital marketing ini, peternak domba / kambing diharapkan dapat meningkatkan keterampilan dan kompetensi pemasaran guna mengoptimalkan strategi pemasaran usaha, promosi dan keunggulan bersaing.

## METODE

Secara garis besar, kegiatan ini dibagi menjadi tiga bagian antara lain: (1) Koordinasi awal kegiatan PkM, (2) Pelaksanaan PkM, dan (3) Evaluasi kegiatan PkM. Tahap pertama, koordinasi awal dilakukan dengan mengadakan koordinasi dengan koordinator atau ketua kelompok peternak domba desa banyulegi. Koordinasi dilakukan dengan cara mendatangi langsung Lokasi peternakan

tersebut. Koordinasi dilakukan juga bertujuan agar kegiatan PkM ini dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan mitra dan tentunya bisa mengimplementasikan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan oleh tim pelaksana PkM untuk diadopsi atau bermanfaat bagi masyarakat khususnya bagi para peternak domba. Pada tahap kedua, kegiatan dilaksanakan dengan melakukan pendataan peternak domba yang mengikuti pelatihan digital marketing competency. Peserta pelatihan ini adalah 25 orang peternak domba desa banyulegi secara langsung, kemudian dilaksanakan pelatihan, diskusi, dan tanya jawab yang diikuti sebanyak 25 peternak domba dengan antusias. Pada tahap ketiga, tim PkM melakukan evaluasi kegiatan pelatihan kepada peserta setelah pelatihan evaluasi tersebut untuk mengetahui bagaimana mereka bertindak setelah pelatihan. Evaluasi pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah berasal dari masukan, saran dan umpan balik dari peserta pelatihan, mitra dan tim pelaksana kegiatan PkM demi perbaikan dan kesempurnaan kegiatan PkM berikutnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tahapan-tahapan kegiatan yang akan dilakukan pada pelatihan digital marketing competency melalui media social pada kelompok peternak domba di desa banyulegi, yaitu sebagai berikut:

### **Tahap Pertama: Persiapan dan Koordinasi dengan Mitra**

Pada tahap awal tim PKM melakukan koordinasi dengan mitra membahas tentang permasalahan yang dihadapi mitra, solusi dari tim PKM, kebutuhan pelatihan dan Jadwal Pelaksanaan Pelatihan. Solusi yang dapat ditawarkan untuk mengatasi permasalahan - permasalahan yang dialami oleh peternak domba desa banyulegi adalah dengan mengadakan pelatihan yang akan diberikan mengenai pelatihan kompetensi digital marketing melalui media sosial seperti whatsapp, tiktok, instagram, facebook dll guna memperluas promosi usaha peternakannya. Setelah itu, tim pengabdian berhasil mencapai kesepakatan dengan mitra, hal ini ditunjukkan dengan bersediannya ketua kelompok peternakan banyulegi yaitu pak Teguh Siswanto, menerima tim kami untuk dapat melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di kelompok peternakan desa banyulegi. Pada tahap ini juga telah disepakati jadwal pelaksanaan pelatihan, dimana kegiatan dilaksanakan secara offline di Aula Pertemuan Kelompok Peternak Domba Desa Banyulegi Kabupaten Mojokerto. Pada tahap selanjutnya, setelah diketahui kebutuhan dan jadwal pelaksanaan PKM, selanjutnya dilakukan pertemuan tim PkM untuk menyusun materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan mitra. Dalam kegiatan ini koordinasi berhasil dilakukan dengan baik dan tersusunnya modul/handout dalam bentuk powerpoint untuk setiap materi yaitu materi tentang: 1) Pengenalan Digital Marketing dan Pentingnya memiliki kompetensi digital marketing dalam usaha, 2) Mahami jenis-jenis Digital Marketing (marketing melalui media social baik melalui Whatsapp, Facebook, Instagram, maupun Tiktok).

### **Tahap Kedua: Pelaksanaan Pelatihan PkM**

Pelatihan Digital Marketing dilaksanakan di Aula Kelompok Peternak Domba Desa Banyulegi Kecamatan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto pada pukul 10.00 WIB hingga selesai. Pelatihan dibuka dengan doa dan menyanyikan lagu Indonesia Raya, serta dilanjutkan dengan sambutan oleh Ketua Kelompok Peternak Domba Bapak Teguh Siswanto dan Koordinator

Prodi Pendidikan Bisnis yakni Dr. Tri Sudarwanto.S.Pd., M.S.M. Pelatihan diisi dengan materi tentang pemahaman digital marketing dan penerapannya di era sekarang melalui media sosial. Setelah penyampaian materi, dilanjutkan dengan tanya jawab dibarengi dengan praktik oleh peserta pelatihan.



**Gambar 1.** Para peternak domba mengikuti mengikuti pelatihan dan mengisi daftar hadir



**Gambar 2.** Kegiatan Pelatihan oleh Tim PkM



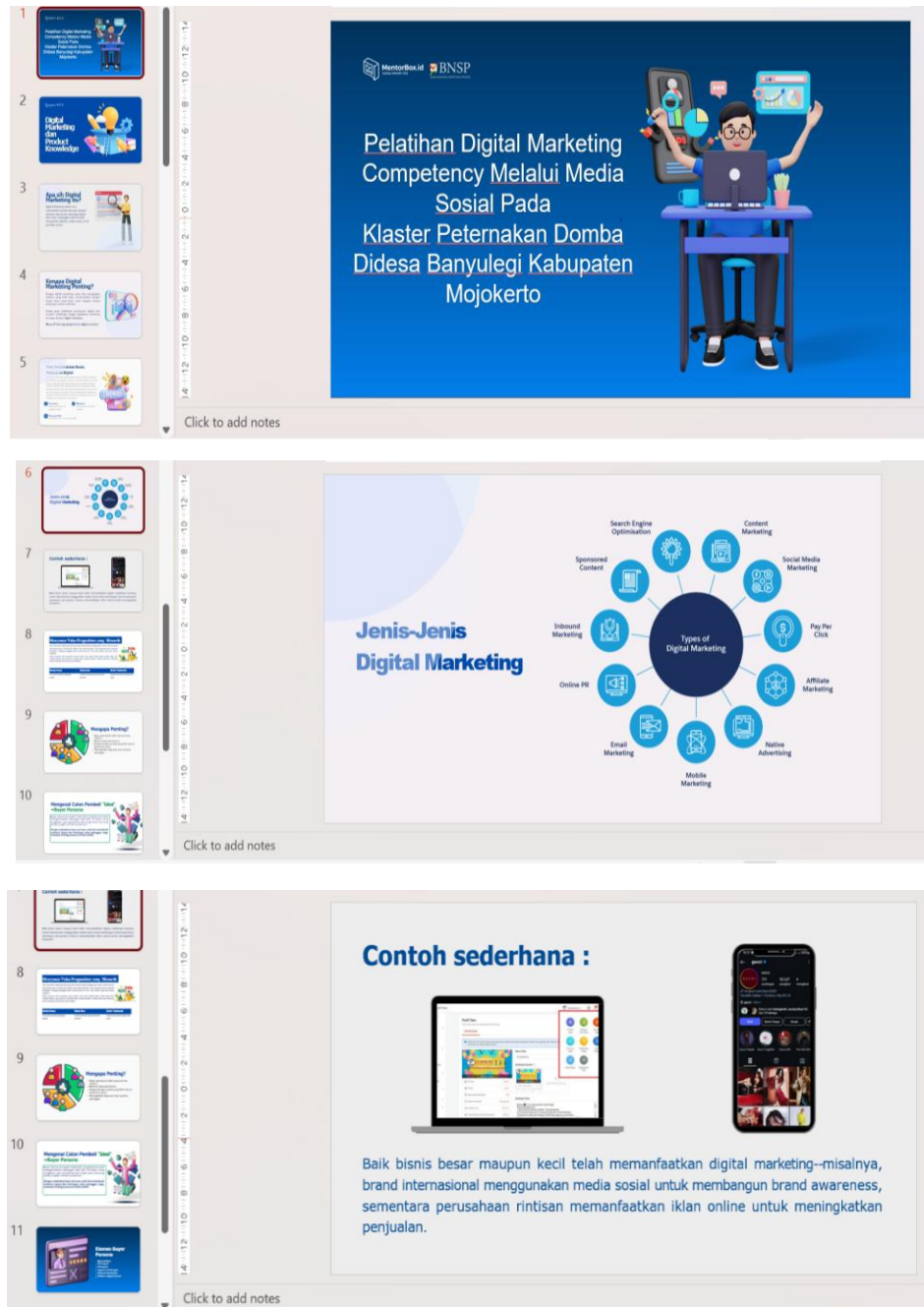
**Gambar 3.** Peserta pelatihan dengan antusias mengikuti kegiatan pelatihan



**Gambar 4:** Pelaksanaan pelatihan

**Hasil Kegiatan**

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan pada Kelompok Peternak Domba Desa Banyulegi Kabupaten Mojokerto.

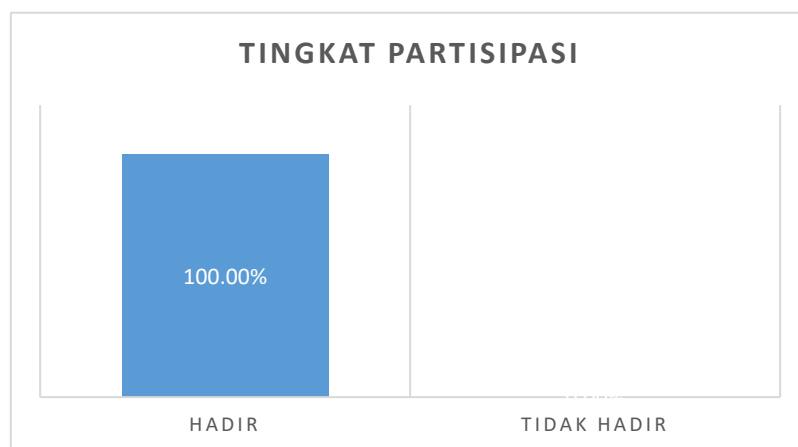


**Gambar 5:** Materi Pelatihan

Secara keseluruhan, kemampuan peserta dalam memahami apa itu digital marketing dengan menggunakan media sosial seperti whatsapp, instgram, facebook, dan tiktok sudah baik, hal ini dapat dilihat sebelum dilaksanakan pelatihan Digital Marketing Competency melalui media sosial, sebagian besar peternak domba di Desa Banyulegi Mojokerto masih terbatas dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung usaha mereka. Pemasaran lebih banyak dilakukan secara tradisional melalui mulut ke mulut, jaringan relasi, maupun pasar lokal. Pemahaman peserta pelatihan tentang digital marketing dengan menggunakan media sosial masih kurang, karena ada beberapa peserta pelatihan yang baru belajar menggunakan media sosial, bahkan ada peserta yang mengaku belum mempunyai ponsel pribadi. Pengetahuan mengenai media sosial sebagai sarana promosi belum terstruktur, sehingga mereka cenderung ragu dan kurang percaya diri untuk menggunakannya. Antusiasme terhadap topik digital marketing juga masih rendah, karena dianggap sulit dan hanya bisa dilakukan oleh kalangan muda yang lebih akrab dengan teknologi.

Namun, setelah kegiatan pelatihan berlangsung, tampak adanya perubahan signifikan pada reaksi dan sikap para peternak. Mereka menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap materi yang disampaikan, terutama ketika diperlihatkan contoh nyata bagaimana media sosial dapat menjadi sarana efektif memperluas pasar. Umpan balik yang diberikan mayoritas bersifat positif, dengan menyatakan bahwa pelatihan sangat bermanfaat dan membuka wawasan baru. Beberapa peternak bahkan memberikan saran agar kegiatan serupa dilakukan secara berkala, disertai praktik lanjutan untuk memperdalam keterampilan.

Antusiasme peternak juga terlihat dari partisipasi aktif selama sesi diskusi maupun praktik. Jika sebelumnya mereka pasif dan cenderung enggan bertanya, setelah pelatihan mereka lebih terbuka, banyak memberikan pertanyaan, serta mencoba langsung membuat konten promosi sederhana melalui media sosial. Perubahan sikap ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pemahaman, tetapi juga menumbuhkan semangat baru untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman dalam mengelola usaha peternakan domba mereka. Ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan oleh tim pelaksana PkM ini cukup efektif, karena dapat meningkatkan pengetahuan peserta pelatihan, yang dibuktikan antusiasme dan partisipasi para peternak domba yang hadir pada pelatihan pada tanggal 15 Juli 2025.



**Gambar 6.** Tingkat Kehadiran peserta pelatihan

Hasil pelatihan digital marketing competency menunjukkan bahwa peserta sangat antusias untuk mengikutinya, seperti yang ditunjukkan oleh tingkat kehadiran yang tinggi dan hasil pemahamana

terkait pemasaran digital melalui media sosial whatsapp, facebook, Instagram, dan tiktok yang sangat baik setelah pelatihan. Tim PkM melakukan evaluasi pada peserta dengan membandingkan reaksi, umpan balik maupun keaktifan peserta sebelum dan setelah kegiatan pelatihan dilakukan. Hasil evaluasi setelah pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sudah memahami cara membuat konten digital marketing menggunakan aplikasi media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook hingga tiktok. Selain itu, mereka menunjukkan keinginan untuk menggunakan media sosial ini dalam proses pemasaran ternak domba mereka. Hasil pelatihan tersebut selaras dengan tujuan tim pengabdian yaitu untuk meningkatkan keberdayaan mitra, yang berarti meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan layanan untuk kegiatan pemasaran secara digital.



**Gambar 8.** Tim Pengabdian kepada Masyarakat di Desa Banyulegi

## KESIMPULAN

Tempat pelaksanaan pelatihan adalah Aula Kelompok Peternak Domba Desa Banyulegi, Desa Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto dan memiliki peserta sebanyak 25 peternak domba dari target peserta. Kegiatan ini memungkinkan peserta pelatihan PkM untuk membuat konten digital marketing melalui media sosial yang menarik, variatif, dan interaktif dengan menggunakan media sosial yang digunakan peserta dalam kehidupan sehari-hari seperti whatsapp, instagram, facebook, maupun tiktok. Kegiatan berjalan dengan baik dan sesuai harapan. Pelatihan Digital Marketing Competency melalui media sosial bagi peternak domba di Desa Banyulegi Mojokerto berhasil membawa perubahan positif, terlihat dari perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah kegiatan. Jika sebelumnya para peternak masih terbatas, ragu, dan kurang antusias dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, maka setelah pelatihan mereka menunjukkan reaksi lebih terbuka, memberikan umpan balik positif, menyampaikan saran pengembangan, serta antusias mencoba praktik langsung. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mampu menumbuhkan motivasi dan kepercayaan diri peternak untuk memanfaatkan teknologi digital dalam memperluas pasar usaha peternakan domba mereka.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Dengan penuh rasa syukur menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih ditujukan kepada Bapak Teguh Siswanto selaku Ketua Kelompok Peternak Domba dan Seluruh Kelompok Peternak Domba Desa Banyulegi Kecamatan DawarBlandong Kabupaten Mojokerto yang telah berpartisipasi dalam kegiatan Pengabdian ini dan kepada aparat pemerintah Desa Banyulegi atas segala bentuk perhatian dan dukungannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Biasa, K. M., Tumbel, A. L., Walangitan, M. D., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2021). Pemanfaatan Sistem Pemasaran Online Dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembelian Konsumen Pada Masa Pandemic Covid-19 (Study Kasus Online Shop Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 948–956.
- Simamora, Ture. (2020) Peningkatan Kompetensi Peternak dan Keberlanjutan Usaha Sapi Potong di Desa Oebkim Kecamatan Bikomi Selatan Kabupaten Timor Tengah Utara. *Agrimor* 5 (2) 20-23. *Jurnal Agribisnis Lahan Kering - 2020 International Standard of Serial Number* 2502-1710
- Wulansari, P., Yuliandhari, W.S., Asalam, A.G., & Sudarmaji, H. (2024) Penyuluhan Kompetensi Digital Marketing bagi Peternak Sapi Perah di Desa Kertawangi. *Jurnal STABEK: Seminar Teknologi, Akuntansi, Bisnis, Ekonomi dan Komunitas*.
- Aprilia et al (2018) Analisis Strategi Pemasaran Ternak Berbasis *E-Commerce* di PT X. *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*. Vol. 06 No. 3 Oktober 2018 Hal 121-129