

# Digitalisasi UMKM Ternak Ayam di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Penjualan dan Marketing Berbasis Web

Mesri Silalahi<sup>1a,\*</sup>, Saut Pintubipar Saragih<sup>2b</sup>

<sup>a,b</sup> Universitas Putera Batam, Batam

\*: <sup>a</sup>mesripb@gmail.com, <sup>b</sup>pipin.sitio@gmail.com

---

## Abstract

Almost all sectors are affected by restrictions on community activities due to the Covid-19 pandemic which then has an impact on the community's economic decline. Many business actors ranging from large industries to home industries or SMEs are innovating by utilizing information technology in business operations. Business actors place orders for raw materials, marketing, sales and so on through online media. Currently, SMEs are one of the engines of Indonesia's economic growth, especially during the Covid-19 pandemic. This restriction on community activities forces SMEs actors to explore digital platforms to carry out various activities. This research is intended to design a website to digitize the sales and marketing process for chicken farming SMEs, build a website to digitize the sales and marketing process for chicken livestock SMEs. Website with the domain ayamsuperjovan.odoo.com was built following the flow of the System Development Life Cycle with the waterfall method and design using UML diagrams. The findings in this study are that the website that is built greatly increases efficiency and effectiveness because the sales and marketing transaction process is very fast and easy. The existence of this website is one of the efforts to digitize the chicken farming SMEs business during the COVID-19 pandemic. The construction of this website is one of the efforts to reduce the spread of the covid-19 virus because customers and the public can simply shop through the website without having to visit the location of the farm and there is no need to make physical contact with the farm.

**Keywords** : Digitization; Micro small medium enterprises; Website; Sales

## Abstrak

Hampir seluruh sektor terdampak pembatasan aktivitas masyarakat akibat pandemi Covid-19 yang kemudian berimbas pada menurunnya perekonomian masyarakat. Banyak pelaku usaha mulai dari industri-industri besar hingga industri-industri rumah tangga ataupun UMKM yang berinovasi dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam kegiatan operasional bisnis. Para pelaku usaha melakukan pemesanan bahan baku, pemasaran, penjualan dan lain sebagainya melalui media-media online. Saat ini UMKM menjadi salah satu mesin penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia khususnya di masa pandemi Covid-19. Pembatasan aktivitas masyarakat ini memaksa para pelaku UMKM merambah ke platform digital untuk melakukan berbagai kegiatan. Penelitian ini ditujukan untuk merancang website untuk digitalisasi proses penjualan dan marketing pada UMKM ternak ayam, membangun website untuk digitalisasi proses penjualan dan marketing pada UMKM ternak ayam. Website dengan domain ayamsuperjovan.odoo.com dibangun mengikuti alur pada System Development Life Cycle dengan metode waterfall dan perancangan menggunakan diagram UML. Temuan dalam penelitian ini yaitu website yang dibangun sangat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dikarenakan proses transaksi penjualan dan marketing yang sangat cepat dan mudah. Adanya website ini merupakan salah satu upaya digitalisasi usaha UMKM ternak ayam di masa pandemi covid-19. Dibangunnya website ini merupakan salah satu upaya dalam mengurangi penyebaran virus covid-19 dikarenakan pelanggan dan masyarakat cukup berbelanja melalui website tanpa harus mendatangi lokasi peternakan dan tidak perlu melakukan kontak fisik dengan pihak peternakan.

**Kata Kunci** : Digitalisasi, UMKM, Website, Penjualan, Marketing.

---

## 1. Pendahuluan

Revolusi industri mengubah hampir semua sektor industri. Industri-industri besar banyak menggunakan kecanggihan teknologi dalam

mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan, mulai dari pemesanan bahan baku, kegiatan pemasaran dan penjualan maupun berbagai kegiatan lainnya. Industri-industri rumah

tangga atau UMKM juga melakukan hal yang sama, para pelaku UMKM bahkan juga memanfaatkan melalui media-media online untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Saat ini UMKM menjadi salah satu mesin penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia khususnya di masa pandemi Covid-19 yang mana hampir seluruh sektor terdampak, pembatasan kegiatan masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis yang kemudian berimbas pada perekonomian. Pembatasan aktivitas masyarakat ini memaksa para pelaku UMKM merambah ke platform digital untuk melakukan berbagai kegiatan. Di Kota Batam sendiri terdapat sekitar 81.486 usaha mikro kecil dan menengah. Menurut Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Batam Suleman Nababan, pertumbuhan UMKM ini terus meningkat setiap tahunnya dan bahkan disebutkan bahwa jumlah tersebut masih belum pasti karena diperkirakan masih banyak UMKM terutama jenis mikro yang masih belum terdata (Sebayang, 2019). Salah satu sektor UMKM di Kota Batam yaitu sektor peternakan, Sri Yunelli Kepala Bidang Peternakan Dinas Kelautan Perikanan Peternakan dan Kehutanan (KP2K) Kota Batam mengatakan bahwa kebutuhan daging di Kota Batam selalu meningkat setiap tahunnya (2020, n.d.).

Salah satu sektor peternakan ayam yang dimiliki oleh Bapak Santo dikelola dengan sistem manajemen keluarga sehingga semua kegiatan peternakan dikerjakan langsung oleh pemilik dan anggota keluarga yang berjumlah 3 orang. Jumlah ayam yang dimiliki kurang lebih sekitar 1.000 ekor yang terdiri dari ayam kampung pedaging dan ayam petelur negeri atau ras. Sistem penjualan dan marketing yang dilakukan masih secara langsung dari mulut ke mulut. Sebelum masa pandemi, omset yang diperoleh kurang lebih Rp 5.000.000/minggu yang terdiri dari penjualan telur dan ayam pedaging, pada saat masa pandemi omset penjualan menurun drastis dikarenakan banyaknya kegiatan-kegiatan seperti acara-acara pesta yang terpaksa ditunda dan bahkan pelaksanaannya ditiadakan sehingga menurunnya penjualan.

Berdasarkan berbagai permasalahan yang sudah dipaparkan maka perlu adanya upaya digitalisasi dengan menggunakan website untuk mempermudah peternak dalam melakukan penjualan dan marketing sehingga walaupun kondisi pandemi Covid-19, akan tetapi proses penjualan dan marketing tetap dapat dilakukan sehingga usaha tetap dapat berjalan. Oleh karena itu penelitian ini ditujukan untuk merancang bangun website untuk digitalisasi proses penjualan dan

marketing pada UMKM ternak ayam. Unit analisis dibatasi hanya pada UMKM ternak ayam yang dimiliki oleh keluarga Bapak Santo dengan nama peternakan ayam super Jovan

## 2. Kajian Literatur

Sistem didefinisikan melalui dua pendekatan, yaitu pendekatan yang menekankan pada prosedurnya dan pendekatan yang menekankan pada komponen atau elemennya. Pendekatan pertama mendefinisikan sistem sebagai suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran tertentu, sedangkan pendekatan kedua mendefinisikan sistem sebagai kumpulan elemen-elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Informasi (Sutabri, 2012) merupakan data yang sudah diolah dengan tujuan untuk dipergunakan pada proses pengambilan keputusan yang berguna bagi penggunanya. Sistem pengolahan informasi berfungsi mengolah data menjadi informasi atau mengolah data dari bentuk yang belum berguna menjadi berguna bagi yang membutuhkan (Ilmi & Metandi, 2020).

Sistem informasi merupakan suatu sistem dalam sebuah organisasi yang merupakan kombinasi dari orang-orang, fasilitas, teknologi, media, prosedur-prosedur, dan pengendalian yang ditujukan untuk mendapatkan jalur komunikasi penting, memproses berbagai transaksi rutin tertentu, memberi sinyal kepada manajemen dan pihak lainnya tentang kejadian-kejadian internal dan eksternal yang penting dan menyediakan suatu dasar informasi untuk pengambilan keputusan yang baik (Andrianof, 2018). Sistem informasi memiliki fungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan, menganalisis, dan menyebarkan informasi untuk tujuan yang spesifik (Alfarizi et al., 2018).

Web adalah suatu aplikasi yang terdiri dari dokumen-dokumen multimedia (teks, gambar, animasi, video), yang di dalamnya menggunakan protokol Hypertext Transfer Protocol (HTTP) dan untuk mengaksesnya menggunakan browser (Mukmin & Lestiyani, 2019).

Undang-undang No 20 Tahun 2008 Bab I Pasal 1 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjelaskan bahwa (1) Usaha Mikro merupakan suatu bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini; (2) Usaha Kecil merupakan suatu bentuk usaha ekonomi

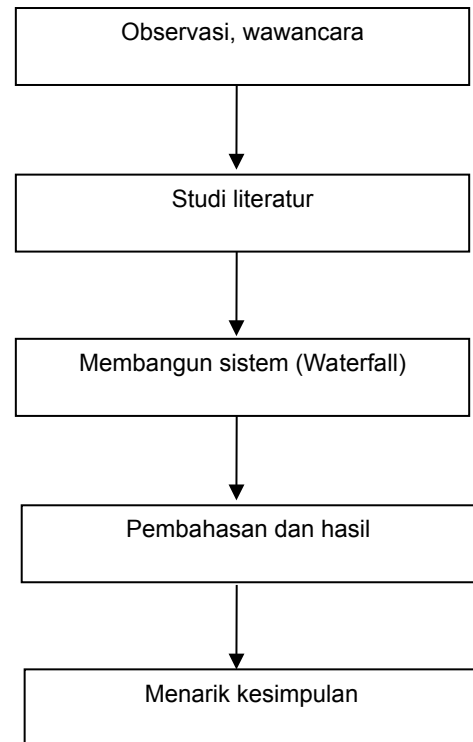
produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini; (3) Usaha Menengah adalah bentuk usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang (Husnurrosyidah, 2019).

Peternakan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mengembangbiakkan dan membudidayakan hewan ternak untuk mendapatkan manfaat dan hasil atau tujuan yang diinginkan. Tujuan peternakan adalah mencari keuntungan dengan penerapan prinsip-prinsip manajemen pada faktor-faktor produksi yang telah dikombinasikan secara optimal (Subowo & Saputra, 2019).

Penjualan merupakan sebuah proses dimana kebutuhan pembeli dan penjual dapat dipenuhi melalui pertukaran informasi dan kepentingan (Wati & Khasanah, 2019). Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online serta memanfaatkan berbagai sarana. Digital marketing mempermudah pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, calon konsumen juga bisa mencari dan memperoleh informasi produk dengan mudah (Purwana et al., 2017). Digital marketing yang juga sering disebut e-marketing (Elektronik Marketing) merupakan penggunaan atau pemanfaatan teknologi informasi dalam proses membuat, berkomunikasi, dan memberikan nilai (value) kepada pelanggan. E-Marketing mempengaruhi pemasaran tradisional dalam dua cara. Pertama, E-Marketing meningkatkan efisiensi dalam fungsi pemasaran tradisional. Kedua, e-marketing mengubah banyak strategi pemasaran (Adrian & Pramono, 2017).

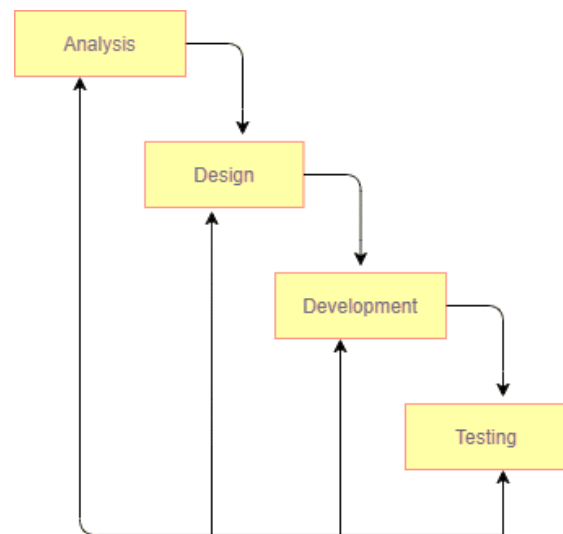
### 3. Metode Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Penelitian

Tahapan metode waterfall yang digunakan dalam membangun sistem seperti berikut:



Gambar 2. Metode Waterfall

#### 1. Analysis

Dalam memahami berbagai hal sehubungan dengan usaha umkm ternak ayam di Kota Batam pada masa pandemi covid-19 khususnya penjualan dan marketing yang dilakukan, maka peneliti melakukan observasi secara langsung ke salah satu peternakan ayam yang ada di kota Batam yaitu peternakan ayam super Jovan. Berdasarkan hasil analisis dan wawancara yang dilakukan, dinyatakan bahwa peternakan ayam super Jovan mengalami kesulitan khususnya di awal mewabahnya virus corona dimana adanya pembatasan sosial membuat pemilik mengalami kesulitan dalam proses pemasaran dan

penjualan ternak ayam yang dimiliki. Sebelum munculnya virus corona, dijelaskan bahwa banyak pelanggan tetap yang melakukan pembelian dengan mendatangi secara langsung lokasi kandang, banyaknya acara-acara hajatan yang dilakukan oleh masyarakat sebelum corona membuat proses penjualan berjalan lancar. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, peternakan ayam Jovan sangat kesulitan dalam melakukan penjualan ayam karna terhentinya berbagai acara-acara yang biasa dilakukan sehingga menurunkan pendapatan pemilik.

2. Design

Desain web sebagai upaya digitalisasi usaha umkm ternak ayam di masa pandemi covid-19 untuk penjualan dan marketing dilakukan dengan menggunakan diagram UML (unified modeling language). Beberapa diagram UML dirancang sebagai abstraksi dari website yang akan dibangun, diagram tersebut yaitu use case diagram, squence diagram, activity diagram, class diagram.

3. Development

Website selanjutnya dibangun sesuai dengan rancangan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Website dirancang dengan bahasa programan php dengan konsep MVC menggunakan framework Code Igniter dan database MySQL.

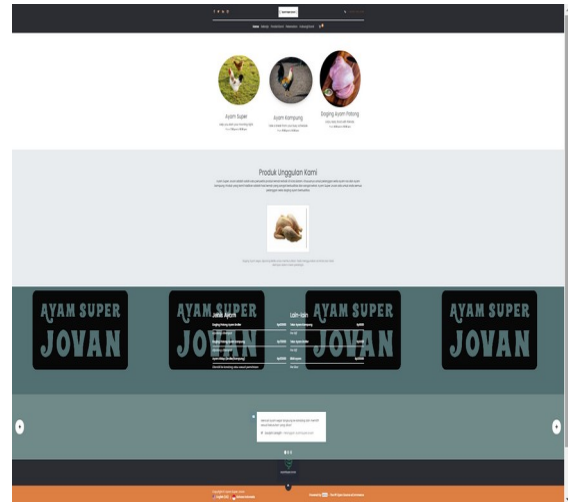
4. Testing

Pengujian perangkat lunak yang dilakukan difokuskan pada pengujian logic dan fungsional dengan tujuan memastikan bahwa semua bagian sudah berfungsi dengan baik sehingga dapat meminimalisir kesalahan (error) dan memastikan keluaran yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan.

4. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil

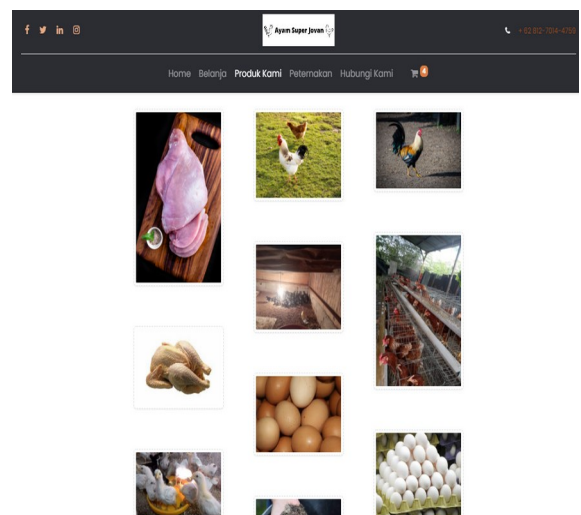
Website penjualan dan marketing sebagai upaya digitalisasi UMKM ternak ayam di masa pandemi covid-19 dibangun menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL dengan domain ayamsuperjovan.odoo.com dan url: <https://ayamsuperjovan.odoo.com/> berikut tampilannya:



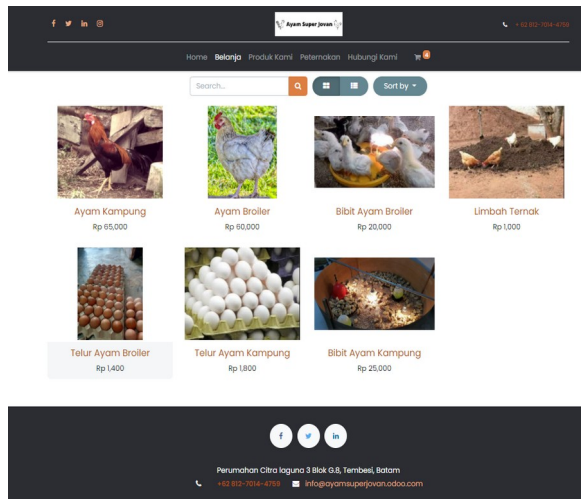
Gambar 3. Menu home



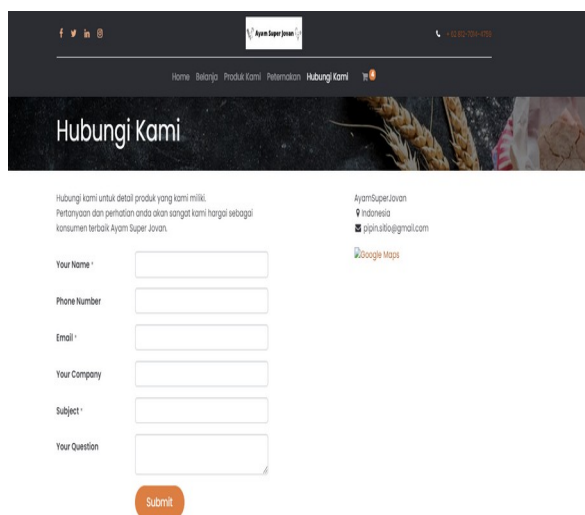
Gambar 4. Menu Peternakan



Gambar 5. Menu Produk



Gambar 6. Menu Belanja



Gambar 7. Menu Hubungi Kami

## B. Pembahasan

Digitalisasi usaha umkm ternak ayam di masa pandemi covid-19 dengan penjualan dan marketing berbasis web seperti yang telah ditampilkan sebelumnya sangat membantu tetap berjalannya usaha umkm peternakan ayam, mengingat banyaknya sektor usaha khususnya umkm yang terdampak dari mewabahnya virus covid-19 mengharuskan penggunaan dari sistem informasi yang dapat mendigitalisasi berbagai kegiatan peternakan. Dengan dibangunnya website <https://ayamsuperjovan.odoo.com/> maka peternakan ayam super jovan akan dapat mempertahankan pelanggan dan bahkan dapat mencari pelanggan-pelanggan baru sehingga sektor usaha ini tetap bisa berjalan.

Penggunaan dari sistem yang telah dibangun yaitu website [ayamsuperjovan.odoo.com](https://ayamsuperjovan.odoo.com/) tidak hanya mempermudah pemilik usaha, namun juga sangat membantu masyarakat dalam melakukan pembelian dan pencarian berbagai

informasi yang berhubungan dengan produk ayam. Masyarakat juga dimudahkan dengan layanan yang diberikan yaitu dapat bertransaksi secara online melalui website yang telah dibangun sehingga pelanggan tidak perlu lagi mengunjungi lokasi peternakan secara langsung sehingga dengan strategi ini dinilai dapat mengurangi penyebaran virus covid-19.

## 5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan yaitu: (1) Website [ayamsuperjovan.odoo.com](https://ayamsuperjovan.odoo.com/) yang telah dibangun merupakan salah satu upaya digitalisasi usaha UMKM ternak ayam di masa pandemi covid-19. Digitalisasi yang dilakukan melalui penjualan dan marketing produk peternakan ayam melalui website. Pelebaran informasi yang berhubungan dengan berbagai produk ayam serta hal lainnya juga dilakukan melalui website yang dibangun sehingga dengan dibangunnya website ini merupakan juga sebagai suatu upaya dalam mengurangi penyebaran virus covid-19 dikarenakan pelanggan ataupun masyarakat cukup berbelanja melalui website yang dibangun tanpa harus mendatangi lokasi peternakan dan tidak perlu melakukan kontak fisik dengan orang peternakan. (2) Website [ayamsuperjovan.odoo.com](https://ayamsuperjovan.odoo.com/) yang telah dibangun sangat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dikarenakan proses transaksi penjualan yang sangat cepat dan mudah.

Saran yang dapat diberikan yaitu: (1) Diharapkan para pemilik UMKM ternak ayam di Kota Batam sudah seharusnya mengimplementasikan sistem informasi yang dapat mendukung kegiatan bisnis mereka sehingga tidak kalah bersaing dengan bisnis yang lebih besar. (2) Website yang telah dibangun diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya sehingga semakin memperoleh fungsi yang maksimal

## Ucapan Terima Kasih

Trimakasih diucapkan kepada Universitas Putera Batam yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini, serta pihak-pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu semoga semua dukungan yang diberikan dapat berguna untuk orang lain.

## Daftar Pustaka

- 2020, A. (n.d.). *Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Batam, Suleman Nababan*. <https://Kepri.Antaraneews.Com/>.
- Adrian, Q. J., & Pramono, D. (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan dan Pengelolaan Stok Barang Pada Ud. Puspa Berbasis Web. *Jurnal TEKNO KOMPAK*, 11(2), 38–40.

- Alfarizi, S., Mulyawan, A. R., & Basri, H. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Dengan Pemanfaatan Uml ( Unified Modelling Language ) Pada Cv Harum Catering Karawang. *Indonesian Journal on Networking and Security*, 7(4), 27–31.
- Andrianof, H. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Promosi dan Penjualan pada Toko Ruminansia Berbasis Web. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 5(1), 11–19. [lppm.upiyptk.ac.id/ojs3/index.php/PTI/article/download/52/22/%0A](http://ppm.upiyptk.ac.id/ojs3/index.php/PTI/article/download/52/22/%0A)
- Husnurrosyidah. (2019). E-Marketplace Umkm Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Islam. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 224–239.
- Illi, M. N., & Metandi, F. (2020). Perancangan Sistem Informasi Produksi Dan Penjualan Pada Umkm Bakpia (Studi Kasus Aa Bakery). *Just TI (Jurnal Sains Terapan Teknologi Informasi)*, 12(1), 17–20. <https://doi.org/10.46964/justti.v12i1.180>
- Mukmin, M., & Lestiyani, L. (2019). RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI KOMODITAS TERNAK PADA DINAS PERTANIAN KABUPATEN BUTON SELATAN. *Jurnal Informatika*, 8(1), 50–59.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Sebayang, I. (2019). *Ada 81.486 Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Batam*. <https://Batampos.Co.Id/>.
- Subowo, E., & Saputra, M. (2019). Sistem Informasi Peternakan Ayam Broiler Android. *Surya Informatika*, 6(1), 53–65.
- Wati, F. F., & Khasanah, U. (2019). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web pada UD Dwi Surya Aluminium dan Kaca Yogyakarta. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 21(2), 149–156. <https://doi.org/10.31294/p.v21i2.6026>