

## Manajemen pemasaran digital dan intensifikasi budidaya ayam kampung pada Kelompok Ternak Tamansari, Kecamatan Jaken, Kabupaten Pati

Muhammad Sultan Mubarak\*, Syamsul Arifin, Muhammad Taufiq Abadi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Indonesia

\*) Korespondensi (e-mail: [muhammad.sultan.mubarak@uingusdur.ac.id](mailto:muhammad.sultan.mubarak@uingusdur.ac.id))

Received: 2-February-26; Revised: 16-March-26; Accepted: 23-May-26

### Abstract

This community service program focused on digital marketing management and intensification of native chicken farming within the Tamansari Livestock Group in Jaken District, Pati Regency. The program involved four core participants, purposively selected from the livestock group, and was implemented through a participatory approach comprising socialization, Focus Group Discussion, training, technical assistance, monitoring, and evaluation. The activity began with the identification of farmers' problems in managing native chicken farming, followed by training on egg hatching, the provision of parent stock, improvements in brooding management, the provision of cages, and the strengthening of parent-stock housing management. Participants were also trained to formulate native chicken rations using locally available materials, including agricultural waste and nutrient-rich plant leaves. The program also included vaccination training, preparation of herbal remedies for chicken health, and assistance in creating Google My Business and Facebook Marketplace accounts. The evaluation results showed that the program improved participants' awareness, knowledge, and practical skills in managing native chicken farming more intensively, while also creating initial opportunities to expand market access through digital platforms

Keywords: Native Chicken, Farming Intensification, Digital Marketing,

### Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada manajemen pemasaran digital dan intensifikasi budidaya ayam kampung pada Kelompok Ternak Tamansari, Kecamatan Jaken, Kabupaten Pati. Program melibatkan empat peserta inti yang dipilih secara purposive dari anggota kelompok ternak dan dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif berupa sosialisasi, Focus Group Discussion, pelatihan, pendampingan teknis, monitoring, dan evaluasi. Kegiatan diawali dengan identifikasi permasalahan peternak dalam pengelolaan usaha ayam kampung, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan penetasan telur, penyerahan bibit indukan, perbaikan manajemen brooding, penyediaan kandang, serta penguatan manajemen perkandangan indukan. Peserta juga dilatih menyusun ransum ayam kampung berbasis bahan lokal, termasuk limbah pertanian dan daun tanaman bernutrisi. Program ini mencakup pelatihan vaksinasi, pembuatan obat herbal untuk kesehatan ayam, serta pendampingan pembuatan akun Google My Business dan Facebook Marketplace. Hasil evaluasi menunjukkan program ini meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan praktis peserta dalam mengelola budidaya ayam kampung secara lebih intensif serta membuka peluang awal perluasan akses pasar melalui platform digital.

Kata kunci: Ayam Kampung, Intensifikasi Budidaya, Pemasaran Digital.

How to cite: Mubarak, M. S., Arifin, S., & Abadi, M. T. (2026). Manajemen pemasaran digital dan intensifikasi budidaya ayam kampung pada Kelompok Ternak Tamansari, Kecamatan Jaken, Kabupaten Pati. *Penamas: Journal of Community Service*, 6(2), 471–490. <https://doi.org/10.53088/penamas.v6i2.2801>



## 1. Pendahuluan

Terdapat kelompok ternak Tamansari di dukuh Pandahan, desa Tamansari, kecamatan Jaken, kabupaten Pati, Kelompok ini terletak kurang lebih 213 kilometer dari kampus Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dan 210 kilometer dari Kota Pekalongan. Kelompok ternak Tamansari berada di daerah pertanian yang memiliki irigasi teknis, sehingga dapat memanen padi setidaknya dua kali dalam setahun. Kelompok ternak Tamansari terutama terlibat dalam produksi sapi potong, tetapi juga terlibat dalam produksi ayam kampung, kambing, dan ikan. Kelompok ternak ini terdiri dari 13 orang, 20 ekor sapi potong, dan sekitar 60 ekor ayam kampung. Sementara ayam kampung lebih berfungsi sebagai sumber uang yang dapat dicairkan dalam jangka pendek dan dapat dijual sewaktu-waktu untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Bisnis sapi potong di kelompok ternak Tamansari biasanya menghasilkan pendapatan dalam jangka panjang (satu tahun).

Pada umumnya, kelompok Tamansari masih menggunakan metode pemeliharaan tradisional untuk memelihara ayam kampung. Metode ini memiliki skala kepemilikan yang rendah, produksi telur yang rendah, biaya ransum yang tinggi, dan kematian. Peternak membudidayakan ayam kampung secara tradisional dan turun-temurun karena sistem pemeliharaannya yang sederhana dan kebutuhan modal yang rendah (Nasrawati, 2022; Suwarta et al., 2021). Ayam kampung biasanya masih dipelihara di luar rumah, diberi makan lebih jarang, dan menghadapi risiko tinggi terhadap penyakit dan hewan liar. Hal ini menyebabkan kematian yang tinggi dan efisiensi yang rendah. (M. Yusuf et al., 2022; Manu et al., 2023; Suwarta et al., 2021). Jaringan pemasaran yang masih mengandalkan tengkulak atau pasar tradisional juga menjadi masalah lain yang menjadi perhatian petani. (Putra Darmawan & Sri Astiti, 2013; Santoso & D Sari, 2021).

Pemeliharaan ayam kampung secara semi-intensif mulai dilakukan pada masa ini, seiring dengan kemajuan teknologi. Biasanya, ayam dikandangkan pada malam hari atau saat cuaca buruk, dan saat cuaca bagus, ayam dikandangkan di pekarangan rumah, di mana terdapat risiko penularan penyakit yang tinggi dan ancaman dari binatang buas. Jumlah telur yang dihasilkan setiap tahun oleh ayam kampung yang dipelihara oleh peternak berkisar antara 30 hingga 60 butir. Produksi telur normal berkisar antara 10 - 15 butir untuk setiap periode pengeraman dan daya tetas antara 20 - 100 persen. Tiga hingga empat kali per tahun, telur bertelur untuk beristirahat (Purba, 2025; Susanto, 2003; Vianisa, 2022). Hal tersebut disebabkan karena peternak tidak memisahkan anak ayam dari induknya.

Permintaan produk ayam kampung baik yang berupa daging dan telur semakin meningkat (Amelia et al., 2018; Leke et al., 2017). Harga karkas ayam kampung biasanya lebih tinggi daripada harga karkas ayam oven. Harga karkas ayam broiler adalah Rp 35.000 per kilogram, sedangkan harga karkas ayam kampung bisa mencapai Rp 70.000 per kilogram. Telur ayam kampung bisa mencapai Rp 2.500 per butir, sementara telur ayam broiler bisa mencapai Rp 1.500 per butir. Hal ini memberikan lebih banyak kesempatan untuk mengembangkan ayam kampung di

dalam kelompok karena ada peluang yang menjanjikan untuk permintaan produk ayam kampung.

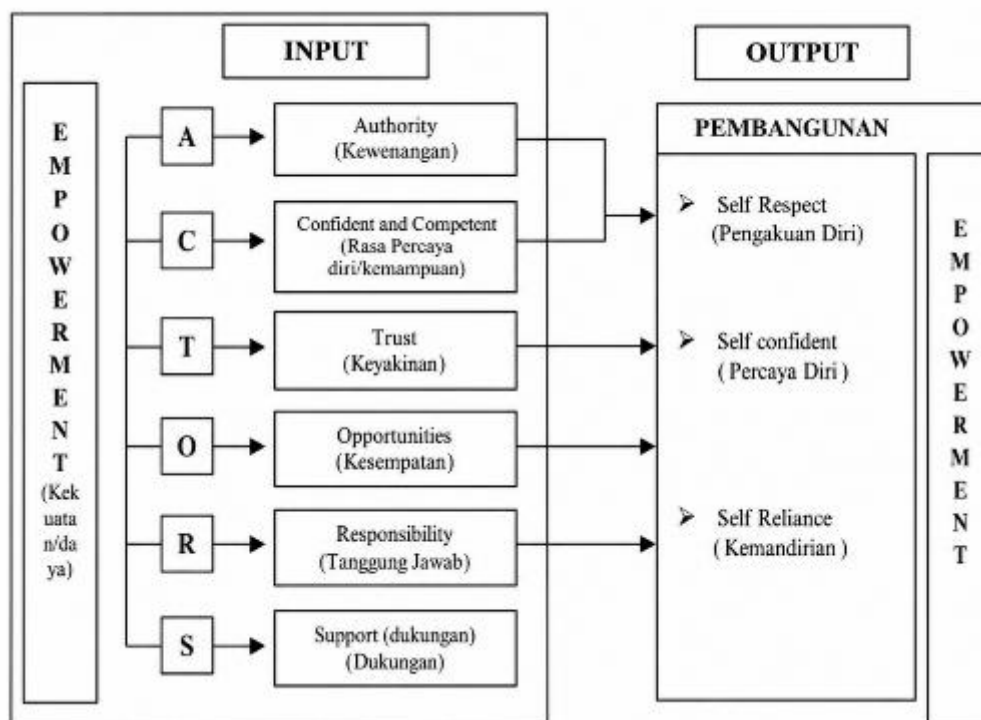
Dalam budidaya ayam kampung dengan populasi dasar 10 ekor induk dan 1 ekor anak ayam, dengan asumsi setiap induk menghasilkan 50 butir telur/ekor/tahun, maka akan dihasilkan 500 butir telur dalam satu tahun. Jika daya tetas diasumsikan 80%, maka akan diperoleh 200 ekor anak ayam umur sehari jika 250 butir telur menetas (50%), 159 butir dikonsumsi (30%), dan 100 butir dijual (20%). 96 ekor anak ayam akan diperoleh dengan tingkat kematian 40% untuk anak ayam di bawah 8 minggu dan 16% untuk anak ayam di atas 8 minggu. Dari jumlah tersebut, 24 ekor disembelih untuk dimakan, 24 ekor dijual, dan 48 ekor digunakan sebagai induk pengganti. Berdasarkan perhitungan ini, setiap sepuluh ekor indukan akan menghasilkan 48 ekor indukan baru setiap tahunnya dalam waktu satu tahun. Hasilnya, sekarang ada 58 induk, yang berarti 5,8 kali lebih banyak dari populasi dasar. Peternak juga akan menghasilkan uang dari penjualan ayam, dan mereka bisa makan daging dan telur ayam kapan pun mereka mau (Iskandar, 2017; Krista & Harianto, 2010; Sulistiani et al., 2022).

Peternakan ayam kampung di kelompok ternak Tamansari masih banyak yang dikelola secara tradisional dan belum sepenuhnya berorientasi bisnis. Jaringan pemasaran produk ayam kampung yang masih mengandalkan tengkulak dan pasar tradisional membuat harga jual ayam kampung tidak stabil dan seringkali merugikan peternak. Ayam dibiarkan berkeliaran, mencari makan sendiri dengan pakan seadanya, mengeram, dan membesarkan anaknya, sehingga pertumbuhannya menjadi lambat, angka kematian yang tinggi akibat penyakit dan serangan hewan, dan sejumlah masalah lainnya. Melihat permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan pemberdayaan masyarakat dalam bentuk manajemen pemasaran digital untuk meningkatkan produktivitas ayam kampung di kelompok ternak Tamansari. Hal ini akan memastikan bahwa ayam kampung memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perekonomian keluarga peternak.

Program pemberdayaan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini mengacu pada pendekatan ACTORS yang dikemukakan oleh Cook dan Macaulay (1997). Cook dan Macaulay melihat manusia sebagai subjek yang dapat mengubah keadaan dengan membiarkan mereka bertanggung jawab atas ide, keputusan, dan tindakan mereka serta membebaskan mereka dari kontrol yang kaku. Konsep pemberdayaan Cook dan Macaulay lebih berfokus pada pendelegasian sosial dan etika/moral, yang meliputi, (a) membangkitkan keberanian, (b) mentransfer kekuatan sosial, (c) manajemen kinerja, (d) menciptakan asosiasi (baik di dalam maupun di luar), (e) bekerja sama dengan orang lain, (f) komunikasi yang efektif, (g) pengembangan yang memberdayakan, dan (h) menangani masalah yang muncul.

Kerangka kerja pemberdayaan dapat dilihat dari akronim "ACTORS" antara lain terdiri dari; A= *authority* (wewenang) dengan memberikan kepercayaan, C= *confidence and competence* (rasa percaya diri dan kemampuan), T= *trust* (keyakinan), O= *opportunities* (kesempatan), R= *responsibilities* (tanggung jawab), dan S = *support*

(dukungan) (Fadeli & Musyarofah, 2022; Mustika, 2018). adapapun kerangka kerja teori ACTORS sebagaimana Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Kerja Teori ACTORS

Ayam kampung merupakan salah satu komoditas ternak lokal yang memiliki potensi untuk dikembangkan oleh Kelompok Ternak Tamansari. Ayam hutan merah yang telah didomestikasi merupakan sumber dari ayam lokal Indonesia yang dikenal sebagai ayam kampung. Menurut Riyanti et al. (2023), Sartika et al. (2012), dan Suryadi et al. (2022), salah satu ciri khas ayam kampung adalah sifat genetiknya yang tidak seragam, yang tercipta melalui proses evolusi dan domestikasi. Hal ini menghasilkan ayam kampung yang telah beradaptasi dengan lingkungan di sekitarnya sehingga lebih tahan terhadap penyakit dan elemen-elemen yang ada di sekitarnya dibandingkan dengan ayam ras. Selain tubuh ayam kampung yang lebih kecil dibandingkan ayam ras petelur tipe ringan, warna bulu, ukuran tubuh, dan kapasitas produksi juga tidak sama sebagai cerminan keragaman genetik.

Potensi ayam kampung tersebut perlu didukung tidak hanya melalui perbaikan manajemen pemeliharaan, tetapi juga melalui penguatan strategi pemasaran. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah pemanfaatan pemasaran digital. Pemasaran digital adalah sebuah kemajuan dan gerakan pencarian pasar melalui media canggih secara online dengan menggunakan cara yang berbeda seperti organisasi interpersonal. Orang-orang sekarang dapat terhubung dengan orang lain di seluruh dunia melalui dunia maya dan juga perangkat mereka (Praditya, 2024; Sabina et al., 2024; Sihombing et al., 2022). Produsen, perantara pasar, dan pelanggan potensial semuanya mendapatkan keuntungan dari pemasaran digital, yang biasanya terdiri dari pemasaran yang interaktif dan terintegrasi. Pemasaran digital, di satu sisi, memudahkan bisnis untuk melacak dan memenuhi semua kebutuhan dan keinginan

pelanggan potensial. Di sisi lain, calon pelanggan dapat mencari dan menemukan informasi tentang produk hanya dengan menjelajahi internet, membuat proses pencarian menjadi lebih sederhana. Pembeli saat ini semakin bebas dalam menentukan pilihan pembelian dengan mempertimbangkan konsekuensi dari perburuan mereka. Menurut Chakti (2019) pemasaran digital dapat menjangkau semua individu dimanapun dan kapanpun mereka berada, tanpa memandang lokasi dan zona waktu.

Dari permasalahan yang telah diuraikan di atas, program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk mendorong peternak Kelompok Tamansari, Kecamatan Jaken, Kabupaten Pati, dalam mengembangkan integrasi ternak ayam kampung secara lebih produktif dan berkelanjutan. Upaya tersebut dilakukan melalui perbaikan manajemen pemeliharaan ayam kampung dengan sistem pemeliharaan secara terkurung, pemisahan anak ayam sejak DOC, serta penyusunan formula pakan berbasis sumber daya lokal. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk mengurangi angka mortalitas ayam melalui kegiatan vaksinasi dan pembuatan obat herbal sebagai upaya pencegahan maupun pengobatan penyakit ayam. Peningkatan jumlah DOC juga dilakukan melalui pembuatan mesin tetas semiotomatis. Di samping aspek produksi, program ini diarahkan untuk mengoptimalkan pemasaran digital melalui pembuatan akun Google Business Profile dan Facebook Marketplace sebagai media promosi dan penjualan produk ayam kampung.

## 2. Metode Pengabdian

Pendekatan Eksplorasi Kegiatan Partisipatif merupakan metode yang mencakup proses pengumpulan, pengelolaan, dan analisis informasi untuk mengidentifikasi suatu permasalahan serta menyiapkan data yang relevan sebagai dasar penyusunan solusi. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip *Participatory Action Research* (PAR), yaitu penelitian yang dilakukan dari, oleh, bersama, dan untuk masyarakat. Dengan demikian, PAR tidak hanya dimaknai sebagai bentuk “pelayanan kepada masyarakat”, tetapi sebagai proses kolaboratif yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam memahami, merumuskan, dan menyelesaikan permasalahan yang mereka hadapi (Hocevar, 2023).

PAR bersifat partisipatif karena masyarakat atau kelompok yang terdampak tidak diposisikan sebagai objek penelitian semata, melainkan sebagai subjek yang memiliki pengalaman, pengetahuan, dan informasi penting mengenai kondisi sosial di lingkungannya. Oleh karena itu, masyarakat terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan tindakan, pelaksanaan program, hingga evaluasi hasil. Berbeda dengan pendekatan penelitian konvensional yang cenderung meneliti masyarakat dari luar, PAR menekankan kerja sama antara peneliti dan masyarakat untuk menghasilkan perubahan sosial yang nyata dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri (Hocevar, 2023)

Dalam konteks kelompok ternak Tamansari, metode PAR digunakan untuk membantu kelompok mengkaji permasalahan secara ilmiah sekaligus merumuskan, memperbaiki, dan mengevaluasi keputusan serta tindakan yang dilakukan.

Pendekatan ini penting karena kegiatan pengabdian atau penelitian akademik yang tidak melibatkan masyarakat secara aktif berisiko menjadi kurang relevan dengan kondisi nyata di lapangan. Bahkan, pendekatan yang terlalu berpusat pada akademisi dapat mengabaikan pengalaman hidup, aspirasi, gagasan, kebutuhan, dan harapan masyarakat. Melalui PAR, kegiatan pengabdian dan penelitian dapat dibangun secara lebih setara, partisipatif, dan berorientasi pada penyelesaian masalah yang benar-benar dirasakan oleh masyarakat. Tahapan PAR secara umum dapat dijelaskan sebagai berikut.

Kelompok Ternak Tamansari memiliki 13 anggota. Namun, dalam pelaksanaan program PkM ini, empat orang dipilih sebagai informan kunci sekaligus peserta inti kegiatan. Pemilihan empat informan dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan keterlibatan aktif dalam usaha ayam kampung, pengalaman dalam pemeliharaan ternak, kesiapan mengikuti seluruh rangkaian pelatihan, serta kemampuan untuk menjadi penggerak dan penyampai informasi kepada anggota kelompok lainnya. Dengan demikian, empat orang tersebut tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh anggota secara statistik, tetapi dipilih sebagai informan kunci yang memiliki pengetahuan, pengalaman, dan peran strategis dalam pengembangan usaha ayam kampung pada Kelompok Ternak Tamansari. Secara ringkas kriteria pemilihan informan PkM sebagaimana Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Informan PkM

Informan	Peran dalam Kelompok	Kepakaran/Keterlibatan Praktis	Alasan Pemilihan
Umbarni	Pengurus/anggota inti kelompok	Memahami kondisi umum kelompok, aset ternak, dan kebutuhan pengembangan usaha	Memiliki peran dalam koordinasi kegiatan dan pengambilan keputusan kelompok
Nia	Anggota aktif pemeliharaan ayam kampung	Berpengalaman dalam pemeliharaan ayam kampung secara tradisional	Memahami persoalan produksi, pakan, kandang, dan kematian ayam
Mbak Mus	Pelaksana teknis pemeliharaan	Terlibat dalam pengelolaan kandang, DOC, ransum, dan kesehatan ternak	Menjadi pelaksana langsung dalam penerapan teknologi budidaya
Deyam	Anggota yang mendukung pemasaran	Memiliki kesiapan menggunakan telepon pintar dan media sosial	Dapat mengelola pemasaran digital melalui Google My Business dan Facebook Marketplace

Pemilihan informan juga mempertimbangkan kepakaran praktis masing-masing anggota dalam kegiatan kelompok. Informan pertama merupakan pengurus atau anggota inti kelompok yang memahami kondisi umum kelompok, aset ternak, serta kebutuhan pengembangan usaha. Informan kedua memiliki pengalaman dalam pemeliharaan ayam kampung secara tradisional sehingga memahami persoalan produksi, pakan, perkandangan, dan kematian ayam. Informan ketiga berperan dalam praktik teknis pemeliharaan, terutama dalam pengelolaan kandang, pemisahan DOC,

dan penerapan ransum. Sementara itu, informan keempat dipilih karena memiliki kesiapan dalam penggunaan telepon pintar dan media sosial sehingga dapat mendukung pengelolaan pemasaran digital melalui *Google My Business* dan *Facebook Marketplace*. Keempat informan ini kemudian menjadi peserta utama dalam pelatihan, pendampingan, evaluasi, dan monitoring program.

Meskipun peserta inti kegiatan berjumlah empat orang, anggota kelompok lainnya tetap menjadi bagian dari sasaran tidak langsung program. Keempat informan berperan sebagai penggerak awal yang diharapkan dapat menularkan pengetahuan dan praktik yang diperoleh kepada anggota kelompok lainnya. Model ini dipilih karena kegiatan PKM berorientasi pada pendampingan intensif, sehingga diperlukan peserta inti yang benar-benar aktif, tersedia, dan memiliki peran langsung dalam pengelolaan usaha ayam kampung.

Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan secara bertahap melalui FGD, penyuluhan, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi dan monitoring.

1. Focus Group Discussion (FGD). Kegiatan FGD dimaksudkan untuk membangun kesadaran bersama tentang dampak COVID-19 terhadap perekonomian warga dan menemukan potensi ternak kampung, merupakan aset yang dapat dikembangkan serta menyepakai program yang akan dilaksanakan.
2. Penyuluhan: Penyuluhan merupakan proses pendidikan orang dewasa dan bersifat non formal dengan tujuan untuk mengubah perilaku kearah yang lebih baik. Tujuannya untuk menambah kapasitas peternak dalam bentuk pengetahuan, sikap dan ketrampilan dalam mengelola usaha ayam kampung dan dapat memanfaatkan sumberdaya yang ada. Materi penyuluhan menyangkut tentang teknis pemeliharaan ayam kampung yang baik, dan dapat dilakukan oleh peternak, pengelolaan produksi dan reproduksi, perbaikan ransum ayam kampung dan kontrol penyakit ayam melalui vaksinasi dan obat herbal ayam kampung, pengoperasian mesin tetas.
3. Pelatihan dan Pendampingan. Setelah dilakukan penyuluhan terhadap anggota kelompok, selanjutnya dilakukan pelatihan dalam bentuk sebagai berikut.
  - a. Pengoperasian Mesin tetas sederhana. Penggunaan mesin tetas dimaksudkan agar peternak dapat menyediakan bibit sendiri dan meningkatkan produktivitas ayam karena induk ayam tidak ada fase mengeram dan mengasuh anak. Adanya mesin tetas diharapkan peternak dapat melakukan proses pemeliharaan ayam kampung secara kontinyu.
  - b. Penyusunan ransum ayam kampung, dengan memanfaatkan bahan-bahan lokal menggunakan limbah pertanian dan daun tanaman yang memiliki nutrisi baik.
  - c. Vaksinasi dan pembuatan obat herbal. Kegiatan ini diladalam bentuk praktek mencampur vaksin dan praktek vaksinasi. Disamping itu juga praktek membuat obat herbal untuk ayam dari bahan alami (rempah).

- d. Pembuatan akun Google My Business dan Facebook Marketplace sebagai media pemasaran digital produk hasil peternakan, baik berupa telur ayam kampung, DOC ayam kampung, maupun ayam kampung siap jual.
4. Evaluasi dan Monitorin. Evaluasi dilakukan pada awal, pertengahan, dan akhir kegiatan. Pada awal kegiatan, tim pelaksana mengevaluasi tingkat pemahaman anggota kelompok terhadap materi yang akan diberikan dalam pelatihan, meliputi manajemen pemeliharaan ayam kampung, manajemen pakan, pencegahan penyakit, pengoperasian mesin tetas, serta pemasaran digital. Evaluasi akhir dilakukan untuk menilai penguasaan materi setelah pelatihan. Evaluasi pemahaman peserta dilakukan melalui wawancara terstruktur, sedangkan perubahan praktik dinilai melalui observasi penerapan hasil pendampingan, seperti penggunaan kandang brooding, perbaikan kandang indukan, penyusunan ransum, pencegahan penyakit, dan pemanfaatan akun pemasaran digital.

Secara keseluruhan, indikator keberhasilan kegiatan ditinjau dari beberapa parameter, yaitu (a) peningkatan pemahaman mitra terhadap manajemen pemeliharaan ayam kampung, (b) peningkatan kualitas praktik budidaya melalui penggunaan mesin tetas, manajemen brooding, dan perbaikan kandang, (c) kemampuan mitra menyusun ransum berbasis bahan lokal, (d) ketersediaan jamu herbal dan pemahaman pencegahan penyakit, serta (e) tersedianya akun Google My Business dan Facebook Marketplace sebagai media pemasaran digital kelompok.

### **3. Hasil Pengabdian**

#### **Sosialisasi Program dan Focus Group Discussion**

Kegiatan sosialisasi kepada kelompok sasaran telah dilakukan pada hari Sabtu, Tanggal 26 Agustus 2023, Pukul 07.00- 08.30 WIB. Sosialisasi ini bertujuan untuk menjelaskan tujuan program, kegiatan dan waktu program PkM. Sasaran program ditujukan pada anggota kelompok peternakan, agar dapat memanfaatkan waktu dan mendayagunakan potensi untuk memperkuat pangan dan meningkatkan pendapatan. Kegiatan sosialisasi dilanjutkan dengan Focus Group Discussion untuk mengenali permasalahan-permasalahan dalam beternak ayam kampung. Hasil FGD diantaranya diperoleh kesadaran untuk “melangkah bersama” melalui aksi memanfaatkan potensi yang ada melalui budidaya ayam kampung dan pentingnya mengelola ekonomi rumah tangga. Peserta kegiatan diikuti oleh: 4 orang.

#### **Pengoperasian mesin tetas sederhana**

Pelatihan penetasan telur ayam dilakukan pada hari Sabtu, tanggal 02 September 2023 pukul 07.00-09.30. Materi pelatihan meliputi pengenalan mesin tetas, pengoperasian mesin tetas, seleksi telur tetas. Pelatihan difokuskan agar peserta dapat mengenal telur tetas yang baik, membedakan telur fertil dan infertil, dan mengenal prinsip-prinsip penetasan. Peserta pelatihan 4 orang anggota kelompok. Dalam kegiatan ini, kelompok ternak diberikan satu mesin tetes manual sederhana yang dibuat oleh tim pelaksana, setiap anggota kelompok diberi hak untuk menitipkan telur ayam agar bisa ditetaskan dengan mesin penetas. Mesin penetas berada di rumah salah satu anggota kelompok ternak.



Gambar 2. Pengoperasian Mesin Tetes

### **Penyerahan Bibit Untuk Indukan**

Sebagai modal awal dalam beternak ayam, setiap peserta pelatihan diberikan 3 ekor indukan yang terdiri dari 1 ayam jago dan 2 ekor ayam betina. Kegiatan ini dilakukan pada hari sabtu, 09 September 2023 pukul 16.30-17.30. Indukan ini akan dipantau perkembangannya melalui pendampingan.

### **Perbaikan Manajemen DOC umur 1-30 hari**

Pemberian kandang untuk DOC usia kurang dari 30 hari, Kandang yang dipilih adalah kandang besi untuk kucing/burung dengan ukuran 60x40x40, digunakan model ini karena lebih tahan lama dan anti dengan predator DOC seperti (musang, tikus, ular, burung, dll). Pendampingan pemeliharaan brooding, dilakukan untuk menekan mortalitas anak ayam dengan cara anak ayam dipelihara secara terkurung dalam kandang indukan selama 30 hari. Pakan yang diberikan berupa BR-1 dan diberi pemanas lampu pijar atau lampu kuning hangat ukuran 5 Watt. Hasil pendampingan sudah ada 2 mitra yang telah menerapkan model anak yang terpisah dengan Indukan.



Gambar 3. Perbaikan Manajemen DOC umur 1-30

### **Perbaikan Manajemen DOC umur lebih dari 30 hari**

Pemberian kandang untuk anak ayam umur lebih dari 30 hari, digunakan kandang dengan bahan kayu jati dengan ukuran panjang 2 m, lebar 70 cm, tinggi 80 cm. Kandang ini dipilih karena kualitas bahan yang pasti tahan lama dan kapasitas dapat menampung 40 ekor ayam. Pemberian kandang ini dilakukan pada hari sabtu, 16 September 2023 pukul 09.00. Hasil pendampingan sudah ada 2 peserta yang telah menerapkan model brooding anakan di dalam kandang ini.



Gambar 4. Pemberian kandang DOC umur lebih dari 30 hari

### **Perbaikan Perkandangan Indukan**

Kegiatan perbaikan manajemen perkandangan dilakukan dengan pemberian pagar kayu (betek) dengan ukuran panjang 2 m x tinggi 2 m sebanyak 6 buah perpeserta. Pendampingan perbaikan perkandangan dengan tujuan agar peternak melakukan pemeliharaan ayam kampung secara dikandangkan. Dari pendampingan baru 2 orang peternak mitra menggunakan kandang ayam dengan model pemeliharaan secara terkurung, dengan pagar/dinding menggunakan kandang kayu atau bambu.

### **Penyusunan Ransum Ayam Kampung**

Pelatihan Penyusunan ransum ayam kampung, dengan memanfaatkan bahan-bahan lokal menggunakan limbah pertanian dan daun tanaman yang memiliki nutrisi baik telah dilakukan pada hari sabtu, 23 September 2023 Pukul 07.00-09.00. materi pelatihan meliputi pemilihan bahan sampah rumah tangga berupa nasi yang dikeringkan (aking), limbah pertanian (bekatul), sayur-sayuran (kangkung yang harganya relatif murah), daun pepaya dan jagung giling. Kombinasi bahan-bahan ini digunakan untuk pakan harian ayam dengan tujuan agar ayam lebih sehat dan berbobot. Dari hasil pendampingan ada 2 mitra yang sudah menerapkan campuran ransum ayam ini.

### **Vaksinasi dan pembuatan obat herbal**

Pelatihan kegiatan vaksinasi dan pembuatan obat herbal telah dilakukan pada hari sabtu, 23 September 2023 Pukul 07.00-09.00. Materi pelatihan meliputi penggunaan bahan rempah rempah (jahe dan kunyit) untuk dicampurkan dalam minuman ayam sebagai jamu (obat herbal), pembuatan air alkali, pembuatan vitamin dari buah pisang

yang dihaluskan dan dicampur air, serta pembuatan enzim yang terbuat dari gula aren, nanas dan ikan lele kemudian difermentasikan selama 21-30 hari.

### **Pembuatan Akun Pemasaran Digital**

Pelatihan pembuatan akun pemasaran digital dilakukan pada hari Sabtu, 30 September 2023. Kegiatan ini bertujuan memperluas akses pemasaran produk ayam kampung Kelompok Ternak Ayam Kampung Tamansari agar tidak hanya bergantung pada tengkulak, pasar tradisional, atau jaringan penjualan dari mulut ke mulut. Produk yang diarahkan untuk dipasarkan melalui media digital meliputi telur ayam kampung, DOC ayam kampung, dan ayam kampung siap jual.

Tahapan kegiatan diawali dengan pengenalan manfaat pemasaran digital bagi peternak, terutama dalam memperluas jangkauan calon pembeli, memperkenalkan identitas kelompok ternak, dan memudahkan komunikasi antara peternak dan konsumen. Selanjutnya, peserta didampingi untuk menyiapkan identitas usaha, seperti nama akun, deskripsi usaha, nomor kontak, lokasi usaha, foto produk, serta informasi produk yang akan dipasarkan. Materi ini diberikan secara praktis agar peserta tidak hanya memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga mampu mengoperasikan akun pemasaran secara mandiri.

Akun yang berhasil dibuat dalam kegiatan ini adalah Google My Business dan Facebook Marketplace dengan nama Kelompok Ternak Ayam Kampung Tamansari. Kedua media tersebut dipilih karena mudah diakses oleh peserta, sesuai dengan kebiasaan penggunaan media sosial masyarakat setempat, serta dapat menampilkan informasi dasar usaha, lokasi, nomor kontak, foto produk, dan deskripsi produk. Google My Business digunakan untuk memperkuat identitas dan lokasi usaha kelompok, sedangkan Facebook Marketplace digunakan untuk mempromosikan produk kepada calon pembeli di sekitar wilayah Pati dan sekitarnya.

Respons awal peserta terhadap kegiatan ini cukup positif. Peserta menilai bahwa pemasaran digital dapat membantu memperkenalkan produk ayam kampung kepada calon pembeli yang lebih luas. Sebelum kegiatan ini, pemasaran produk masih cenderung dilakukan secara langsung melalui lingkungan sekitar, tengkulak, atau komunikasi dari mulut ke mulut. Setelah pendampingan, peserta mulai memahami bahwa foto produk, deskripsi singkat, lokasi usaha, dan nomor kontak merupakan unsur penting dalam menarik minat pembeli melalui media digital.

Pada tahap awal implementasi, penggunaan media pemasaran digital masih berfungsi sebagai sarana promosi dan pengenalan usaha. Oleh karena itu, hasil yang dapat dicatat pada tahap ini adalah tersedianya dua akun pemasaran digital, kelengkapan informasi dasar usaha, unggahan awal produk, serta kesiapan peserta dalam menggunakan media digital sebagai sarana promosi. Keberhasilan pemasaran digital belum sepenuhnya dapat diukur dari jumlah transaksi karena program masih berada pada tahap awal pendampingan dan membutuhkan konsistensi unggahan produk serta respons terhadap calon pembeli.

Tabel 2. Luaran Pemasaran Digital Kelompok Ternak Ayam Kampung Tamansari

Media	Nama Akun/Profil	Produk	Bukti Luaran	Respons Awal
<i>Google My Business</i>	Kelompok Ternak Ayam Kampung Tamansari	Telur, DOC, ayam siap jual	Profil usaha, lokasi, kontak, foto produk	Peserta memahami fungsi akun sebagai identitas dan lokasi usaha
<i>Facebook Marketplace</i>	Kelompok Ternak Ayam Kampung Tamansari	Telur, DOC, ayam siap jual	Unggahan produk dan kontak pemesanan	Lebih mudah digunakan karena peserta sudah terbiasa memakai Facebook

### Pelaksanaan Program dan Kesan Peserta

Pelaksanaan PkM pada kelompok ternak Tamansari menunjukkan bahwa proses pemberdayaan berjalan secara bertahap, mulai dari pemetaan masalah, penguatan pengetahuan, praktik teknis budidaya, penyediaan sarana pendukung, hingga pengenalan pemasaran digital. Alur kegiatan tersebut sesuai dengan pendekatan partisipatif karena peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat dalam mengidentifikasi masalah, menyepakati bentuk kegiatan, mengikuti praktik, dan mencoba menerapkan hasil pendampingan pada usaha ternak ayam kampung yang mereka kelola.

1. Tahap pertama diawali dengan sosialisasi program dan *Focus Group Discussion* (FGD). Pada tahap ini, tim pelaksana menjelaskan tujuan, manfaat, jadwal, dan bentuk kegiatan PkM kepada anggota kelompok. FGD kemudian digunakan untuk menggali permasalahan utama dalam pemeliharaan ayam kampung, terutama terkait rendahnya produktivitas, keterbatasan bibit, tingginya risiko kematian anak ayam, penggunaan pakan seadanya, dan pemasaran yang masih terbatas. Proses diskusi berlangsung sebagai ruang penyamaan persepsi antara tim pelaksana dan peserta. Kesan peserta pada tahap ini cukup positif karena mereka merasa dilibatkan sejak awal, bukan hanya sebagai penerima program. Peserta juga menunjukkan kesadaran bahwa ayam kampung memiliki potensi ekonomi yang dapat dikembangkan apabila dikelola secara lebih terencana.
2. Tahap kedua adalah pelatihan pengoperasian mesin tetas sederhana. Kegiatan ini diarahkan untuk memperkenalkan prinsip dasar penetasan telur, seleksi telur tetas, pengaturan mesin tetas, serta cara membedakan telur fertil dan infertil. Melalui pelatihan ini, peserta memperoleh pemahaman bahwa peningkatan jumlah DOC tidak hanya bergantung pada induk ayam yang mengeram secara alami, tetapi juga dapat dibantu melalui teknologi sederhana. Peserta memberi respons antusias karena mesin tetas dianggap sebagai sarana baru yang dapat membantu kelompok menyediakan bibit secara lebih mandiri. Selain itu, adanya kesempatan bagi setiap anggota untuk menitipkan telur pada mesin tetas menunjukkan bahwa program ini tidak hanya bersifat individual, tetapi juga mendorong kerja sama antarpeserta.
3. Tahap ketiga berupa penyerahan bibit indukan. Setiap peserta memperoleh bibit ayam sebagai modal awal untuk memperkuat populasi ternak. Penyerahan bibit ini

tidak hanya dipahami sebagai bantuan sarana, tetapi juga sebagai stimulus agar peserta mulai menerapkan pola pemeliharaan yang lebih serius. Kesan peserta pada tahap ini menunjukkan adanya dorongan untuk mencoba memperbaiki cara beternak karena bantuan indukan disertai dengan pendampingan. Dengan demikian, peserta tidak hanya menerima ternak, tetapi juga diarahkan untuk memantau perkembangan indukan, memperhatikan pakan, dan menjaga kondisi kandang agar hasil pemeliharaan lebih optimal.

4. Tahap keempat adalah perbaikan manajemen brooding dan penyerahan kandang untuk DOC. Pada tahap ini, peserta didampingi untuk memahami pentingnya pemisahan anak ayam dari indukan sejak awal pemeliharaan, terutama pada umur 1-30 hari dan setelah umur lebih dari 30 hari. Penggunaan kandang khusus, pemberian pakan awal, serta pemanfaatan pemanas lampu dilakukan untuk menekan risiko kematian DOC akibat cuaca, predator, dan penyakit. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa sebagian peserta mulai menerapkan pemeliharaan anak ayam secara terpisah dari indukan. Kesan peserta pada tahap ini cukup kuat karena mereka dapat melihat secara langsung bahwa perubahan kecil dalam manajemen brooding dapat membantu menjaga keselamatan anak ayam. Tahap ini juga menjadi bagian penting dalam membangun rasa percaya diri peserta untuk meninggalkan pola pemeliharaan tradisional yang membiarkan anak ayam berkeliaran bebas.
5. Tahap kelima adalah perbaikan perkandangan indukan. Kegiatan ini dilakukan melalui pemberian pagar kayu dan pendampingan pemeliharaan ayam secara terkurung. Perbaikan kandang bertujuan mengurangi risiko ayam hilang, dimangsa predator, terkena penyakit, atau mengganggu lingkungan sekitar. Dalam proses pendampingan, peserta mulai memahami bahwa kandang bukan hanya tempat menampung ayam, tetapi juga bagian dari manajemen produksi. Kesan peserta menunjukkan bahwa sistem pemeliharaan terkurung dipandang lebih aman dan lebih mudah diawasi, meskipun masih memerlukan penyesuaian kebiasaan karena sebelumnya ayam lebih sering dibiarkan berkeliaran.
6. Tahap keenam adalah pelatihan penyusunan ransum ayam kampung berbasis bahan lokal. Materi diberikan melalui pengenalan bahan pakan yang mudah diperoleh di lingkungan sekitar, seperti nasi kering, bekatul, jagung giling, sayuran, dan daun pepaya. Peserta dilatih untuk memahami bahwa pakan ayam kampung dapat disusun dari bahan lokal yang murah, tetapi tetap memperhatikan kebutuhan nutrisi. Kesan peserta pada tahap ini cukup baik karena materi yang diberikan dekat dengan kondisi keseharian mereka. Penggunaan bahan lokal dianggap membantu menekan biaya pakan dan membuka cara pandang baru bahwa limbah pertanian maupun bahan rumah tangga tertentu masih dapat dimanfaatkan secara produktif.
7. Tahap ketujuh adalah pelatihan vaksinasi dan pembuatan obat herbal. Kegiatan ini memperkenalkan peserta pada upaya pencegahan penyakit melalui vaksinasi serta penggunaan bahan alami, seperti jahe, kunyit, pisang, air alkali, dan enzim

fermentasi sebagai pendukung kesehatan ternak. Peserta memperoleh pengalaman praktik sehingga materi tidak berhenti pada penjelasan teoritis. Kesan peserta menunjukkan bahwa kegiatan ini bermanfaat karena selama ini pengendalian penyakit lebih banyak dilakukan secara tradisional dan belum terjadwal. Melalui pelatihan ini, peserta mulai memahami pentingnya pencegahan penyakit, bukan hanya pengobatan setelah ayam sakit.

8. Tahap kedelapan adalah pembuatan akun pemasaran digital. Kegiatan ini diarahkan untuk memperkenalkan saluran pemasaran yang lebih luas melalui Google My Business dan Facebook Marketplace. Pemasaran digital diposisikan sebagai alternatif untuk mengurangi ketergantungan pada tengkulak dan pasar tradisional. Kesan peserta pada tahap ini menunjukkan adanya ketertarikan karena media digital dinilai dapat membantu memperkenalkan produk ayam kampung, DOC, telur, maupun ayam kampung siap jual kepada calon pembeli yang lebih luas. Namun, tahap ini juga membutuhkan pendampingan lanjutan, terutama dalam pengelolaan konten, konsistensi promosi, penggunaan foto produk, dan cara merespons calon pembeli secara cepat.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa PkM tidak hanya menghasilkan transfer pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan praktik awal pada peserta. Peserta tampak antusias mengikuti kegiatan karena materi yang diberikan bersifat praktis, sesuai dengan kebutuhan, dan langsung berhubungan dengan usaha ternak yang mereka jalankan. Perubahan yang mulai terlihat antara lain adanya peserta yang menerapkan pemisahan DOC dari indukan, menggunakan kandang untuk mengurangi risiko kematian, mencoba campuran ransum berbasis bahan lokal, serta mulai mengenal pemasaran digital sebagai saluran penjualan. Walaupun demikian, keberlanjutan program tetap memerlukan monitoring karena perubahan perilaku beternak membutuhkan waktu, pembiasaan, dan pendampingan berkelanjutan. Dengan adanya tahapan kegiatan yang saling terkait, program ini berpotensi memperkuat kemandirian kelompok ternak Tamansari dalam pembibitan, pemeliharaan, pengendalian penyakit, penyediaan pakan, dan pemasaran ayam kampung.

### **Evaluasi Pemahaman Mitra Sebelum dan Sesudah Pelatihan**

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui perubahan pemahaman dan keterampilan mitra setelah mengikuti rangkaian program PkM. Evaluasi dilakukan melalui wawancara terstruktur sebelum dan sesudah pelatihan kepada empat anggota Kelompok Ternak Ayam Kampung Tamansari. Aspek yang dievaluasi meliputi pemahaman tentang manajemen pemeliharaan ayam kampung, penggunaan mesin tetas, manajemen brooding, penyusunan ransum berbasis bahan lokal, pencegahan penyakit melalui vaksinasi dan obat herbal, serta pemanfaatan pemasaran digital melalui Google My Business dan Facebook Marketplace.

Berdasarkan hasil evaluasi melalui wawancara terstruktur, pemahaman mitra mengalami peningkatan setelah mengikuti rangkaian pelatihan dan pendampingan. Rata-rata pemahaman mitra sebelum pelatihan berada pada angka 21,43%,

sedangkan setelah pelatihan meningkat menjadi 92,86%. Peningkatan tertinggi terlihat pada aspek penggunaan mesin tetas sederhana, yaitu dari 0% menjadi 100%. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang sebelumnya belum dikuasai oleh mitra dapat dipahami setelah dilakukan pelatihan langsung.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Pemahaman Mitra Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Aspek yang Dievaluasi	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Peningkatan
Manajemen pemeliharaan ayam kampung semi-intensif	2 orang (50%)	4 orang (100%)	50 poin
Penggunaan mesin tetas sederhana	0 orang (0%)	4 orang (100%)	100 poin
Seleksi telur tetas	1 orang (25%)	4 orang (100%)	75 poin
Manajemen brooding DOC	1 orang (25%)	3 orang (75%)	50 poin
Penyusunan ransum berbasis bahan lokal	1 orang (25%)	4 orang (100%)	75 poin
Vaksinasi dan pembuatan obat herbal	0 orang (0%)	3 orang (75%)	75 poin
Pemasaran digital melalui Google My Business dan Facebook Marketplace	1 orang (25%)	4 orang (100%)	75 poin
Rata-rata	21,43%	92,86%	71,43 poin

Keterangan: Persentase dihitung berdasarkan jumlah peserta kegiatan, yaitu empat orang. Setiap satu peserta mewakili 25% dari total peserta.

### Evaluasi Kinerja Program dan Perubahan Praktik Mitra

Selain evaluasi pemahaman, kegiatan ini juga dievaluasi berdasarkan perubahan praktik mitra selama proses pendampingan. Evaluasi ini penting karena keberhasilan PkM tidak hanya diukur dari terlaksananya pelatihan, tetapi juga dari sejauh mana mitra mulai menerapkan materi yang diberikan dalam kegiatan beternak sehari-hari. Hasil monitoring menunjukkan bahwa sebagian mitra mulai menerapkan pemisahan DOC dari indukan, menggunakan kandang brooding, memanfaatkan ransum berbasis bahan lokal, serta mulai mengenalkan produk melalui media digital.

Tabel 4. Hasil Evaluasi Praktik Mitra Setelah Pendampingan

Indikator	Target	Capaian	%	Keterangan
Sosialisasi dan FGD	4 org	4 org	100	Seluruh peserta hadir
Pelatihan mesin tetas	4 org	4 org	100	Peserta memahami fungsi dasar alat tetas
Mesin tetas sederhana	1 unit	1 unit	100	Ditempatkan di rumah anggota kelompok
Bibit indukan	12 ekor	12 ekor	100	Setiap peserta memperoleh 3 ekor
Brooding DOC 1-30 hari	4 org	2 org	50	Dua mitra memisahkan DOC dari indukan
Kandang DOC >30 hari	4 org	2 org	50	Dua mitra memakai kandang anakan hari
Kandang indukan	4 org	2 org	50	Dua mitra mulai menerapkan pemeliharaan terkurung
Ransum lokal	4 org	2 org	50	Dua mitra mencoba campuran ransum lokal
Vaksinasi dan herbal	4 org	4 org	100	Seluruh peserta mengikuti praktik
Google My Business	1 akun	1 akun	100	Menggunakan nama kelompok
Facebook Marketplace	1 akun	1 akun	100	Promosi telur, DOC, dan ayam siap jual

Hasil evaluasi praktik menunjukkan bahwa seluruh peserta mengikuti kegiatan sosialisasi, FGD, pelatihan mesin tetas, vaksinasi, pembuatan obat herbal, dan pemasaran digital. Program juga menghasilkan satu unit mesin tetas sederhana, 12 ekor bibit indukan, serta dua akun pemasaran digital, yaitu Google My Business dan Facebook Marketplace atas nama Kelompok Ternak Ayam Kampung Tamansari. Pada aspek penerapan teknis, sebanyak 2 dari 4 mitra atau 50% mulai menerapkan pemisahan DOC dari indukan, penggunaan kandang anakan, perbaikan kandang indukan, dan penyusunan ransum berbasis bahan lokal. Capaian ini menunjukkan adanya perubahan awal dalam praktik pemeliharaan ayam kampung, meskipun penerapan penuh oleh seluruh mitra masih memerlukan pendampingan lanjutan.

Dari sisi kinerja produksi, hasil program belum dapat dinilai secara penuh dalam jangka pendek karena peningkatan populasi ayam, produktivitas telur, daya tetas, dan penurunan mortalitas membutuhkan periode pengamatan yang lebih panjang. Meskipun demikian, kegiatan ini telah menghasilkan perubahan awal berupa tersedianya sarana produksi, peningkatan pemahaman mitra, serta mulai diterapkannya praktik pemeliharaan semi-intensif. Dengan demikian, evaluasi program menunjukkan bahwa kegiatan PkM telah memberikan dasar awal bagi peningkatan produktivitas ayam kampung, meskipun monitoring lanjutan tetap diperlukan untuk menilai dampak produksi secara lebih terukur.

### **Analisis Hasil Pengabdian Berdasarkan Teori ACTORS**

Hasil pelaksanaan PkM tidak hanya menunjukkan perubahan pada aspek teknis budidaya ayam kampung, tetapi juga memperlihatkan proses pemberdayaan mitra. Oleh karena itu, hasil kegiatan dianalisis menggunakan kerangka teori ACTORS yang terdiri atas authority, confidence and competence, trust, opportunities, responsibilities, dan support. Kerangka ini relevan karena program PkM pada Kelompok Ternak Ayam Kampung Tamansari diarahkan untuk meningkatkan kapasitas mitra agar mampu mengelola usaha ayam kampung secara lebih mandiri, terencana, dan berorientasi pasar.

1. Pertama, aspek authority atau kewenangan terlihat dari keterlibatan mitra dalam proses identifikasi masalah dan penentuan kegiatan melalui sosialisasi program dan FGD. Pada tahap ini, mitra tidak hanya menjadi penerima program, tetapi juga diberi ruang untuk menyampaikan kendala utama dalam beternak ayam kampung, seperti rendahnya produktivitas, keterbatasan bibit, tingginya risiko kematian anak ayam, dan pemasaran yang masih terbatas.
2. Kedua, aspek confidence and competence atau rasa percaya diri dan kemampuan mitra meningkat melalui pelatihan dan pendampingan teknis. Pelatihan pengoperasian mesin tetas membantu mitra memahami cara memilih telur tetas, mengoperasikan alat, dan meningkatkan ketersediaan DOC secara mandiri. Pelatihan penyusunan ransum, vaksinasi, pembuatan obat herbal, dan pemasaran digital juga memperkuat keterampilan praktis yang dapat diterapkan dalam kegiatan beternak sehari-hari.

Tabel 5. Analisis Hasil PkM Berdasarkan Komponen ACTORS

Komponen ACTORS	Implementasi dalam PkM	Hasil pada Mitra
<i>Authority</i>	Mitra dilibatkan dalam FGD, identifikasi masalah, pengelolaan alat, kandang, dan akun digital	Mitra mulai mengambil keputusan dalam usaha ayam kampung
<i>Confidence and Competence</i>	Pelatihan mesin tetas, seleksi telur, ransum, vaksinasi, obat herbal, dan pemasaran digital	Pengetahuan dan keterampilan praktis meningkat
<i>Trust</i>	Pendampingan bertahap dan langsung di lokasi mitra	Mitra bersedia menerapkan pola semi-intensif
<i>Opportunities</i>	Mesin tetas, bibit, kandang, Google My Business, dan Facebook Marketplace	Peluang peningkatan DOC, penurunan mortalitas, dan perluasan pasar
<i>Responsibilities</i>	Mitra diarahkan mengelola indukan, DOC, pakan, kandang, kesehatan ternak, dan akun digital	Mitra mulai bertanggung jawab terhadap keberlanjutan program
<i>Support</i>	Bantuan alat, bibit, pelatihan, dan pendampingan teknis	Dukungan awal untuk memperbaiki budidaya dan pemasaran

3. Ketiga, aspek trust atau kepercayaan terbentuk melalui proses pendampingan yang dilakukan secara langsung dan bertahap. Kepercayaan mitra terhadap program terlihat dari kesediaan mereka mengikuti rangkaian kegiatan, menerima introduksi teknologi sederhana, serta mulai menerapkan beberapa praktik baru, seperti pemisahan DOC dari indukan, penggunaan kandang brooding, penyusunan pakan campuran, dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran.
4. Keempat, aspek opportunities atau kesempatan tampak dari terbukanya peluang baru bagi mitra dalam pembibitan, pemeliharaan, dan pemasaran. Mesin tetas memberikan kesempatan bagi kelompok untuk meningkatkan jumlah DOC tanpa sepenuhnya bergantung pada proses pengeraman alami. Sementara itu, Google My Business dan Facebook Marketplace dengan nama Kelompok Ternak Ayam Kampung Tamansari membuka peluang pemasaran yang lebih luas bagi produk telur ayam kampung, DOC, dan ayam kampung siap jual.
5. Kelima, aspek responsibilities atau tanggung jawab terlihat dari adanya pembagian peran dalam pengelolaan hasil program. Mitra diarahkan untuk bertanggung jawab terhadap pemeliharaan indukan, pengelolaan DOC, penggunaan kandang, pemberian pakan, penerapan vaksinasi atau obat herbal, serta pengelolaan akun pemasaran digital. Tanggung jawab ini menjadi bagian penting dari keberlanjutan program.
6. Keenam, aspek support atau dukungan tercermin dari pendampingan yang diberikan oleh tim pelaksana dalam setiap tahapan kegiatan. Dukungan diberikan dalam bentuk sosialisasi, pelatihan teknis, bantuan mesin tetas, bibit indukan, kandang, pendampingan penyusunan ransum, pelatihan vaksinasi dan obat herbal, serta pendampingan pembuatan akun pemasaran digital. Dukungan tersebut membantu mitra mengatasi keterbatasan awal dalam pengetahuan, keterampilan, sarana produksi, dan akses pasar.

Berdasarkan analisis ACTORS, program PkM ini menunjukkan bahwa pemberdayaan Kelompok Ternak Ayam Kampung Tamansari berlangsung melalui kombinasi antara pemberian kewenangan, peningkatan kemampuan, pembangunan kepercayaan, pembukaan peluang usaha, penguatan tanggung jawab, dan dukungan teknis. Artinya, keberhasilan program tidak hanya diukur dari terlaksananya pelatihan atau tersedianya sarana produksi, tetapi juga dari meningkatnya kapasitas mitra untuk mengelola usaha ayam kampung secara lebih mandiri.

#### 4. Kesimpulan

Dari kegiatan PkM yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa Kelompok Ternak Ayam Kampung Tamansari memiliki antusiasme dan kemauan belajar yang baik untuk mengintensifkan budidaya ayam kampung. Program ini membantu peserta memahami perbaikan pembibitan melalui penggunaan mesin tetas, manajemen brooding, perbaikan kandang, penyusunan ransum berbasis bahan lokal, pencegahan penyakit melalui vaksinasi dan jamu herbal, serta pemanfaatan pemasaran digital melalui *Google My Business* dan *Facebook Marketplace*. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan rata-rata pemahaman mitra dari 21,43% sebelum pelatihan menjadi 92,86% setelah pelatihan. Berdasarkan kerangka ACTORS, kegiatan ini menunjukkan bahwa proses pemberdayaan mitra berlangsung melalui pemberian kewenangan, peningkatan rasa percaya diri dan keterampilan, penguatan kepercayaan, pembukaan peluang usaha, pembentukan tanggung jawab, serta dukungan teknis yang memungkinkan mitra mengelola budidaya ayam kampung secara lebih mandiri dan berorientasi pasar. Keberlanjutan program masih memerlukan pendampingan lanjutan, terutama dalam konsistensi penggunaan mesin tetas, pencatatan produksi, pengelolaan kesehatan ternak, serta pengelolaan konten dan respons calon pembeli pada akun pemasaran digital kelompok.

#### Referensi

- Amelia, D. P., Purnomo, S. H., & Sudiyono, S. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Ayam Buras Di Pasar Tradisional Kota Manado. *Sains Peternakan: Jurnal Penelitian Ilmu Peternakan*, 16(1), 23–29. <https://doi.org/10.20961/sainspet.v16i1.18638>
- Astiti, N. S., Dwi Putra Darmawan, Kurniawan, T., & Fajar, M. (2013). Strategi Pengembangan Agribisnis Peternakan Ayam Petelur di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 1(2), 26272.
- Chakti, G. (2019). *The book of digital marketing: Buku pemasaran digital*.
- Cook, S., & Macaulay, S. (1997). Practical steps to empowered complaint management. *Managing Service Quality: An International Journal*, 7(1), 39–42. <https://doi.org/10.1108/09604529710158292>
- Fadeli, M., & Musyarofah, L. (2022). Analisis Teori ACTORS Peran Perempuan PGRI Jawa Timur dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Ejournal.Unitomo.Ac.Id*, 6(1), 24–38.
- Hocevar, R. (2023). *Participatory Action Research (PAR)*. EBSCO Research Starters. <https://www.ebsco.com/research-starters/social-sciences-and->

humanities/participatory-action-research-par#bibliography

- Iskandar, S. (2017). *Petunjuk teknis produksi ayam lokal pedaging unggul*. Pusat Penelitian dan Pengembangan peternakan, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Kementerian Pertanian.
- Krista, B., & Harianto, B. (2010). *Buku Pintar Beternak dan Bisnis Ayam Kampung*. AgroMedia.
- Leke, J., Mandey, J., & Rembet, D. (2017). Potensi Ayam Kampung Sebagai Sumber Protein Hewani di Provinsi Sulawesi Utara. *Seminar Nasional Persepsi II*, 4–9.
- M. Yusuf, M. R. A.-G., A., Y. Y., Rorrong, Badaring, D. R., Aswanti, H., MZ, S. M. A., Nurazizah, Dzalsabila, A., Ahyar, M., Wulan, W., Putri, M. J., & Arisma, W. F. (2022). *Teknik Manajemen dan Pengelolaan Hewan Percobaan (Memahami Perawatan Dan Kesejahteraan Hewan Percobaan)*. Jurusan Biologi FMIPA UNM.
- Manu, A. E., Telupere, F. M., Sulistijo, E. D., Krova, M., & Luruk, M. Y. (2023). Perbaikan Manajemen Pemeliharaan Ternak Ayam Kampung di Kelompok Tani Ternak Ora Et Labora, Kecamatan Alak, Kupang. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Petani*, 4(1), 589–595.
- Mustika, R. (2018). Inovasi Teknologi Portal Intranet Kominfo: Perspektif Actor Network Theory. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v4i1.8877>
- Nasrawati, N. (2022). *Hambatan Peternak Dalam Pengembangan Usaha Ayam Buras Di Desa Pattallikang Kecamatan Manuju Kabupaten Gowa= Farme*. Universitas Hasanuddin.
- Praditya, R. (2024). Linking The Role of Digital Marketing and E-Commerce on Performance Marketing. *UJoST-Universal Journal of Science and Technology*, 3(2), 7–12. <https://doi.org/10.11111/ujost.v3i2.149>
- Purba, W. A. (2025). Pengaruh Bobot Dan Lama Simpan Telur Tetes Terhadap Fertilitas, Daya Tetes Dan Bobot DOC Ayam Mirah. *Jurnal Ilmiah Peternakan*, 5(2), 1–10. <https://doi.org/10.36655/jip.v5i2.1882>
- Riyanti, R., Nova, K., Rafian, T., Sulastri, S., Suhadi, A., & Mentari, M. (2023). Performa Kualitatif Dan Kuantitatif Ayam Kampung (*Gallus Gallus Domesticus*) Di Peternakan Pembibitan the Mother. *Wahana Peternakan*, 7(1), 61–69. <https://doi.org/10.37090/jwputb.v7i1.829>
- Sabina, A., Herawati, C., & Fairy, K. U. (2024). Pemanfaatan Instagram sebagai Strategi Pemasaran Warung Seblak Bude UKM Bersertifikat Halal di Kabupaten Tangerang. *Perfect Education Fairy*, 2(3), 109–121.
- Santoso, E. P., Dyanasari, & Fitasari, E. (2021). Manajemen Pemasaran Agribisnis Peternakan. In *Manajemen Pemasaran Agribisnis Peternakan*. Deepublish.
- Sartika, T., Wati, D., Iman Rahayu, H. ., & Iskandar, S. (2012). Comparison of external genetic of Wareng and Kampung Chicken, observed from introgression rate and genetic variability. *Jurnal Ilmu Ternak Dan Veteriner*, 13(4), 279–287. <https://doi.org/10.14334/jitv.v13i4.572>
- Sihombing, N., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022). *Pemasaran digital*. Penerbit Widina.
- Sulistiani, R., Widiastuty, W., & Fadhillah, W. (2022). Pelatihan Penyusunan Ransum

Berbasis Bahan Lokal untuk Peningkatan Produksi Telur Ayam Kampung.  
*Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 117–124.  
<https://doi.org/10.30656/jpmwp.v6i2.3800>

Suryadi, U., Prasetyo, B., & Prayitno, A. (2022). Aplikasi Up-Grading Bibit Ayam Kampung di Teaching Factory Hatchery Politeknik Negeri Jember. *NaCosVi: Polije Proceedings Series*, 5(1), 354–360.

Susanto, H. (2003). *Manajemen Penetasan (Hatchery) Telur Ayam Arab Di Desa Gandekan Wonodadi-Blitar*. Universitas Airlangga.

Suwarta, F., Lukman, A., & Suryani, L. (2021). *Laporan Akhir Pengabdian Pada Masyarakat: Peningkatan Produktivitas Ayam Kampung Pada Kelompok Ternak Lorejo (Penguatan Ketahanan Pangan)*.

Vianisa, P. (2022). *Fertilitas, mortalitas, daya tetas, dan bobot tetas itik lokal Sumatera Barat yang dipelihara secara intensif di dataran rendah*. Universitas Andalas.