

Pengembangan Konten Pada Website CV Kamtek Bojo Farm

Nurwati ^{1*}, Yudi Santoso ²

¹⁻² Universitas Budi Luhur

^{1*} nurwati@budiluhur.ac.id; ² yudi.santoso@budiluhur.ac.id;

Abstrak

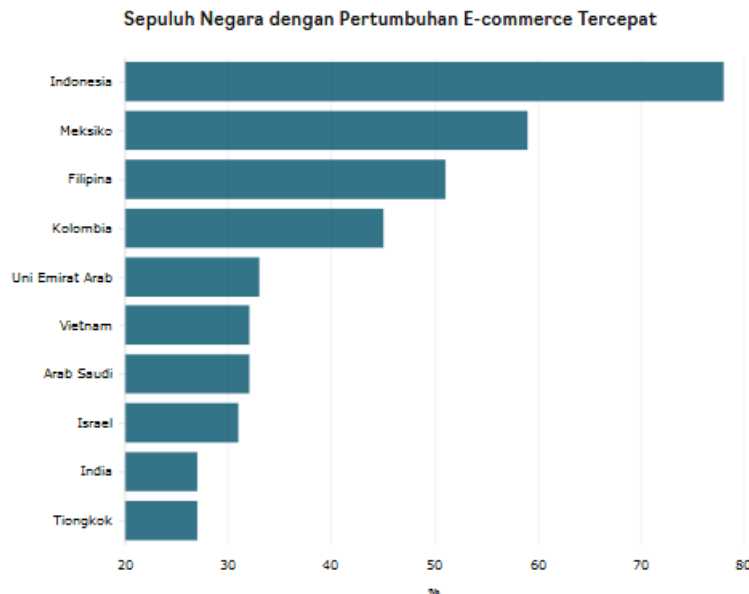
Kampung ternak Bojo Farm yang berada di daerah Bogor, Jawa Barat merupakan kampung ternak yang memiliki peranan besar dalam perubahan peningkatan perekonomian bagi warga sekitar Kampung Sampiran, Desa Pangaur Kecamatan Jasinga, Bogor. Meskipun sebagian besar masyarakat adalah buruh kasar namun beberapa masyarakat disana juga beternak dengan modal dan usaha sendiri. Kegiatan abdimas ini bertujuan untuk meningkatkan pengunjung website kampung ternak Bojo Farm dengan memilih dan menganalisa konten-konten yang dipasang pada website tersebut. Dengan konten yang memuat informasi di kampung ternak ini diharapkan website dapat memberikan informasi positif berkualitas dan lebih dikenal pengunjung internet yang membutuhkan informasi mengenai hewan qurban, hewan aqiqah dan hewan potong untuk keperluan lain. Konten yang ada berisi pencatatan perkembangan hewan ternak dan informasi riwayat pembibitan hewan ternak. Pemilihan konten di website sangat mempengaruhi pencarian informasi dan menarik perhatian pengunjung untuk mengunjungi website tersebut. Tujuan pengembangan website www.kamtekbojofarm.com adalah untuk meningkatkan pengunjung sehingga pengunjung tertarik dan melakukan transaksi penjualan hewan ternak.

Kata Kunci: *konten, traffic pengunjung, website*

Pendahuluan

Setiap tahunnya permintaan kebutuhan daging kambing dan domba semakin meningkat namun popularitas daging sapi masih nomor 1 (satu) pencariannya dibanding daging kambing dan domba. Menurut Praditya (2017) pada website Liputan 6 yang dihimpun dari Himpunan Peternak Domba dan Kambing Indonesia (HPDKI) mengatakan setidaknya ada 6-7 juta peternak kambing dan domba di Indonesia. Para peternak kambing dan domba ini menjadi pemasok kebutuhan utama daging kambing di Indonesia yang rata-rata sebanyak 10 juta ekor kambing pertahun. Angka ini terus meningkat setiap tahunnya. Dari data tersebut banyak keunggulan hasil beternak kambing dan domba yang dijadikan sebagai penghasilan utama.

Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia



Gambar 1. Sepuluh negara dengan pertumbuhan e-commerce tercepat (Widowati, 2019)

Daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan e-commerce tercepat di dunia dirilis oleh Lembaga riset asal Inggris, Merchant Machine. Pertumbuhan e-commerce 78% pada 2018 di Indonesia menjadikan Indonesia memimpin jajaran negara-negara di dunia dengan prosentasi tersebut. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan e-commerce (Widowati, 2019).

Tinjauan literatur yang dirangkum sebagai berikut artikel mengenai “Pengembangan Dan Pelatihan Pengelolaan Website Berbasis Content Management System (CMS) Untuk Pemerintahan Nagari Dan Badan Usaha Milik Nagari (BUMNag) Kanagarian Durian Gadang” (Arief et al., 2017). Masalah pada penelitian ini adalah bagaimana merancang media informasi antara pemerintahan nagari dengan masyarakat, website juga diharapkan sebagai media digital dalam menampung keluhan, meningkatkan interaksi serta komunikasi masyarakat dengan staf serta media promosi dalam memperkenalkan produk dari masyarakat. Kemudian artikel “Penerapan E-commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Penjualan Kripik UD Aduhai Gampong Karangnyar Kecamatan Langsa Baro Kota Langsa” (Irawan & Akram, 2017). Masalah pada penelitian ini adalah pemasaran yang masih bersifat tradisional yaitu pembeli datang langsung sehingga produksi didasarkan atas pesanan yang ada. Hal ini tentu saja sangat merugikan karena pembeli hanya sebatas yang mengetahui lokasinya dan sebatas masyarakat langsa. Pemasaran dengan metode konvensional memerlukan biaya tinggi, misalnya membuka cabang baru, ikut pameran, pembuatan dan penyebaran brosur dan sebagainya. Berkembangnya Internet menjadi sarana yang efisien untuk membuka jalur pemasaran model baru bagi produk UKM. Di samping biayanya relatif murah, dengan memanfaatkan Internet penyebaran informasi akan lebih cepat dan jangkauannya lebih luas. Selanjutnya artikel “Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan Pemanfaatan Rumah

Pintar Oleh Masyarakat Dalam Rangka Mengurangi Kesenjangan Digital Desa Warga Saluyu 2017” (Liyanthi et al., 2018). Tujuan pendirian Rumah Pintar oleh masyarakat di desa saluyu adalah mempersiapkan masyarakat agar dapat memanfaatkan rumah pintar tersebut secara optimal, sehingga diharapkan dapat mengurangi kesenjangan digital di lingkungan Desa Warga Saluyu.

Berdasarkan tinjauan literatur di atas, maka dapat disimpulkan pengembangan kepada masyarakat pengembangan pengelolaan konten website pada website diharapkan dapat menambah jumlah pengunjung yang mengunjungi website tersebut sehingga terjadi transaksi penjualan.

Website mulai terbit sekitar bulan September 2020 dengan informasi seadanya, sehingga kurang menarik perhatian pengunjung dan konten yang ada pun sangat sedikit. Kampung Ternak Bojo Farm yang berada di Bogor, Jawa Barat berawal dari owner kampung ternak Bojo Farm yang prihatin dengan warga sekitar dengan pekerjaan sehari-hari sebagai buruh kasar dengan penghasilan tidak tetap seharusnya sehingga berinisiatif untuk menitip hewan kambing atau hewan domba ke mereka hingga dewasa dan siap untuk dikonsumsi. Hingga beberapa bulan kemudian di awal tahun 2019 dengan mengajak peternak warga sekitar bekerja sama. Kerjasamanya berbentuk pemilik kampung ternak sebagai pemodal yang menyediakan kambing dan domba dan peternak warga sekitar sebagai pekerja dan penyedia lahan. Dengan demikian pemilik modal diuntungkan dengan pengiritan modal lahan, begitu pula para pekerja yang merupakan penduduk desa yang ahli dalam peternakan kambing secara otodidak atau peternak alamiah tapi tidak memiliki modal diuntungkan oleh pemilik yang memiliki modal untuk mereka dalam bentuk kerja sama, sehingga pihak pemilik modal dan peternak sama-sama diuntungkan. Bentuk kerja sama antar pemilik modal dan peternak kambing dengan istilah “paroan” yang artinya setengah. Keuntungan di dapatkan jika kedua belah pihak sepakat untuk menjual kambing hasil dari pengembangbiakannya ataupun dari penggemukannya, dengan porsi pembagian 50:50 atau setengah-setengah.

Lambat laun perjalanan waktu, pemilik juga mengasah kemampuan berternak dengan mengikuti seminar dan kegiatan tentang pemeliharaan dan penggemukan kambing serta menjalin hubungan antar sesama peternak. Dan pada awal tahun 2020 mulai membangun kandang kambing dan domba secara profesional dan skala besar dengan kapasitas maksimum jumlah kambing dan domba yang bisa ditampung hingga mencapai 150 ekor. Ukuran kandang panjang lebar 7x20 meter dengan beragam jumlah isi kambing bisa 2 ekor, 3 ekor dan maksimal 4 ekor. Di awal bulan April 2020 ini secara legal Kampung Ternak Bojo Farm menjadi CV. Kamtekbojo Farm.

Uraian permasalahan berdasarkan hasil survey dari mitra kegiatan pengabdian masyarakat di Kampung Ternak Bojo Farm, Bogor Jawa Barat .

Tabel 1. Permasalahan Mitra

No	Permasalahan	Uraian
1	CV Kampung Ternak Bojo Farm, Bogor Jawa Barat memiliki <i>website</i> sebagai media promosi online.	Mitra memiliki <i>website</i> sebagai media promosi online namun belum dikelola dengan baik.

No	Permasalahan	Uraian
2	Konten pada website belum banyak menyajikan informasi mengenai hewan ternak yang dimiliki.	Konten yang ada di website masih sedikit menampilkan informasi mengenai hewan ternak kambing dan domba yang dimilikinya.
3	Kurang memanfaatkan teknologi informasi khususnya website.	Kesulitan dalam mencari, memilih dan membuat konten mengenai kampung ternak bojo farm.

Dengan kegiatan abdimas ini, pengusul memberikan solusi alternatif untuk mengatasi masalah yang dialami mitra yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Solusi dan Target Luaran

Solusi	Target Luaran
Pembuatan konten dan pengelolaan website sebagai media online Kampung Ternak Bojo Farm Bogor.	1. Admin website mampu mencari konten mengenai hewan ternak. 2. Admin website mampu membuat dan memposting konten di website. 3. Konten yang dipilih dan dipasang mampu memberikan informasi dengan jelas.

Metode Pelaksanaan

CV Kampung Ternak Bojo Farm yang berlokasi di Bogor Jawa Barat telah memiliki website sebagai media promosi online sejak tahun 2020 namun belum maksimal penggunaannya. Konten pada website belum banyak menyajikan dan memberikan informasi bagi user pengguna internet mengenai hewan ternak yang dimiliki pada kampung ternak tersebut. Website yang ada belum dioptimalkan fitur-fiturnya.

Solusi yang ditawarkan adalah admin website mampu mencari konten tentang hewan ternak, membuat konten tersebut dan memposting konten di website. Konten yang dipilih dan dipasang mampu memberikan informasi dengan jelas dan mudah dicari user di mesin pencari dunia maya. Menyediakan fasilitas dan pendampingan pelatihan pengembangan website. Sehingga kondisi akhir dari pengembangan website ini adalah owner atau admin di kampung ternak memiliki pengetahuan dan kemampuan mengenai website dan pemanfaatan website sebagai media online juga mampu mencari, membuat dan memposting konten di website dengan menyajikan informasi menarik tentang kampung ternak dan hewan ternak miliknya dengan jelas.

Metode pelaksanaan melakukan persiapan pelaksanaan program dengan mengadakan survey ke tempat lokasi mitra abdimas dengan proses yang ketat karena awal pandemi dilakukan sebelum dimulainya kegiatan ini dengan melakukan pendekatan persuasif kepada owner Kampung Ternak Bojo Farm, Bogor, Jawa Barat untuk mengetahui kebutuhan informasi agar kegiatan berjalan dengan lancar dan sesuai rencana maupun

target. Kemudian dilakukan ceramah dan diskusi dengan peserta pelatihan pengembangan website. Kegiatan berikutnya adalah demonstrasi dan pendampingan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan berjalan dengan baik dan lancar. Kegiatan ini dilaksanakan 1 (satu) hari yaitu pada hari Sabtu 6 Februari 2021, via media online.

Peserta pelatihan berjumlah 1 (satu) orang yang mengikuti pelatihan ini yaitu owner atau admin web CV Kampung Ternak Bojo Farm. Lokasi penyelenggaraan via media online menggunakan video call whatsapp.

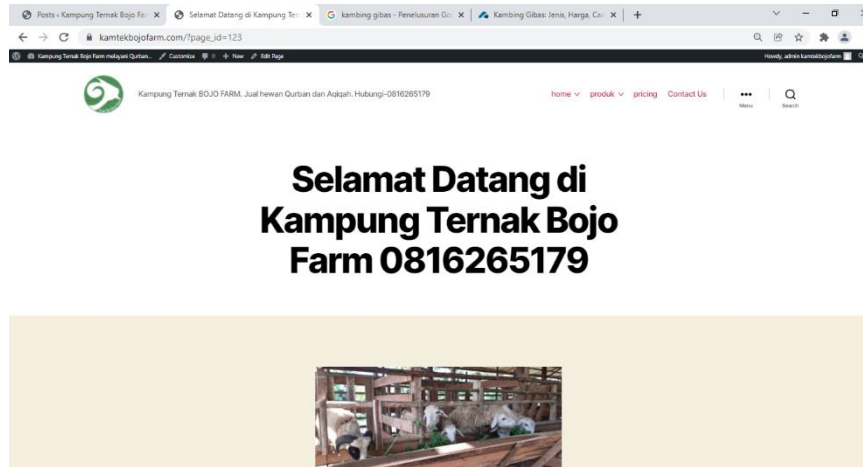
Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan oleh tim terdiri dari 2 (dua) orang, dengan rincian 1 (satu) orang sebagai ketua dan 1 (satu) orang lagi sebagai instruktur. Di bantu 1 (satu) orang mahasiswa sebagai asisten instruktur. Kegiatan yang diawali dengan pembukaan dan ramah tamah, kemudian dilanjutkan dengan motivasi mengapa perlu mempelajari konten website dengan semua manfaat dan resiko serta hasil yang sudah dicapai. Motivasi ini menyampaikan manfaat menggunakan konten website sehingga mudah ditemukan pengunjung internet.

Tahapan pertama adalah materi pengenalan mengenai konten, apa yang dimaksud dengan konten, manfaat konten, bagaimana mencari ide konten, bagaimana merangkai konten menjadi artikel sebuah deskripsi produk. Pada tahap ini diajarkan bagaimana memilih konten sesuai dengan tujuan dibagunnya website, konten di pilih berdasarkan produk mana yang ingin dijadikan artikel menarik di website. Pilihlah konten yang relevansi dengan produk sehingga berkaitan dengan konteks yang ingin disampaikan. Kemudian perhatikan panjang konten. Jangan sampai membuat pengunjung jenuh untuk membaca lebih lanjut informasi yang disajikan. Tahapan selanjutnya pilihlah gambar dan Video yang berkualitas tinggi sehingga tidak pecah ketika di posting/ dipasang di website. Setelah konten menjadi artikel jangan lupa untuk di share di sosial media online lainnya untuk mendukung kemudahan mencari website kamtekbojofarm. Dan sertakan internal dan eksternal link yang merujuk pada website utama. Kualitas komentar di moderasi sehingga dapat mendukung positif website yang dibangun.

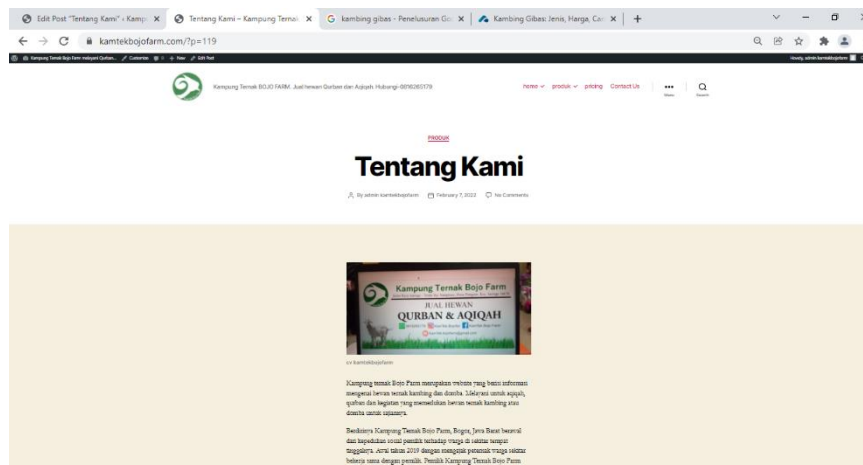
Tahap ke 2 (dua) metode demonstrasi dan pendampingan. Tahapan ini instruktur kegiatan mendemonstrasikan bagaimana mencari dan menemukan konten dengan memberikan contoh. Kemudian memetakannya di Microsoft Excell kata-kata konten tersebut dengan hasil yang diperoleh di google. Tujuannya adalah bisa agar bisa diperoleh sebanyak-banyaknya konten yang dimaksud. Kemudian setelah ditemukan konten kemudian merangkai kata dengan bantuan artikel-artikel yang teredia di internet. Tidak semua kalimat di artikel digunakan namun hanya untuk mendukung konten agar bisa menjadi kalimat artikel yang menarik.

Tahapan selanjutnya, konten yang sudah menjadi artikel menarik di posting diwebsite. Untuk hal ini hanya owner atau admin yang bisa mempostingnya karena user dan password hanya diberikan pada owner kamtekbojofarm. Materi yang disampaikan adalah mengenalkan konten dengan tujuan memberikan motivasi alasan mengapa mempelajari konten, memberikan pengetahuan mengenai konten dan manfaat konten pada website, kurang lebih waktu yang digunakan 2 jam. Pelatihan membuat konten dan

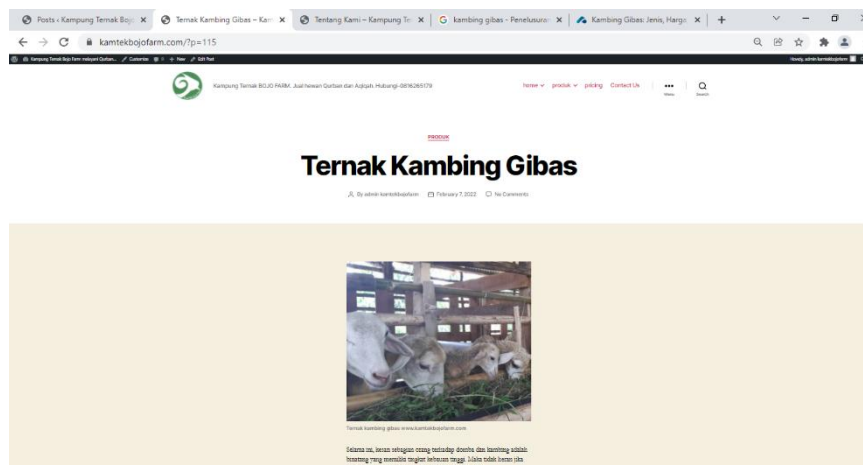
memposting konten di website tujuannya memberikan pengetahuan bagaimana mencari konten, membuat judul dan merangkainya menjadi artikel yang menarik dengan menyisipkan kata dan kalimat yang mengandung Search Engine Optimization (SEO) dan memasang konten di website.



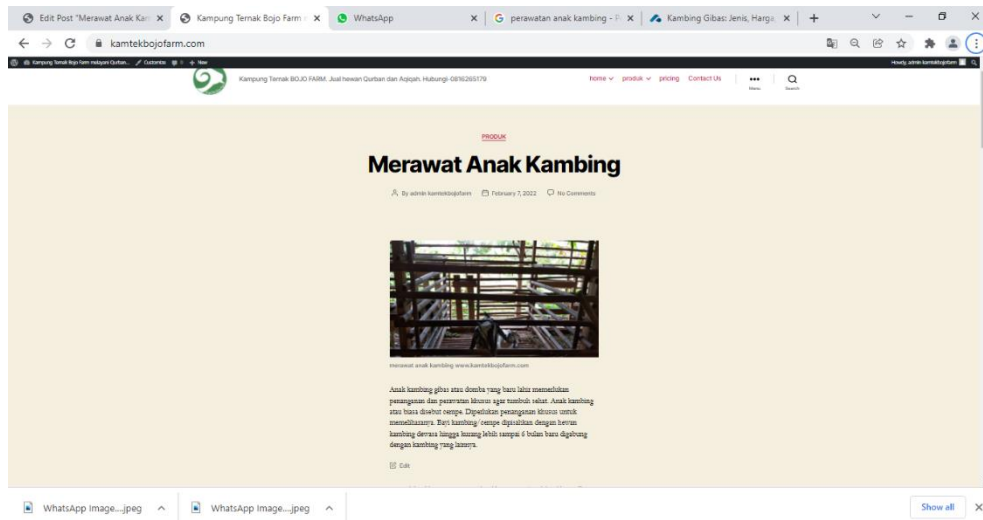
Gambar 2. Tampilan Home pada website



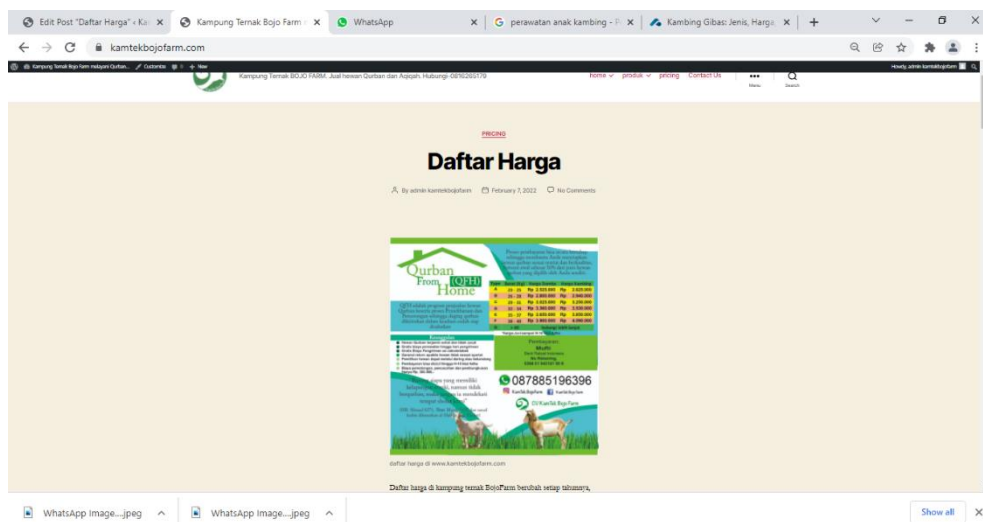
Gambar 3. Tampilan Menu Produk sub menu Tentang Kami



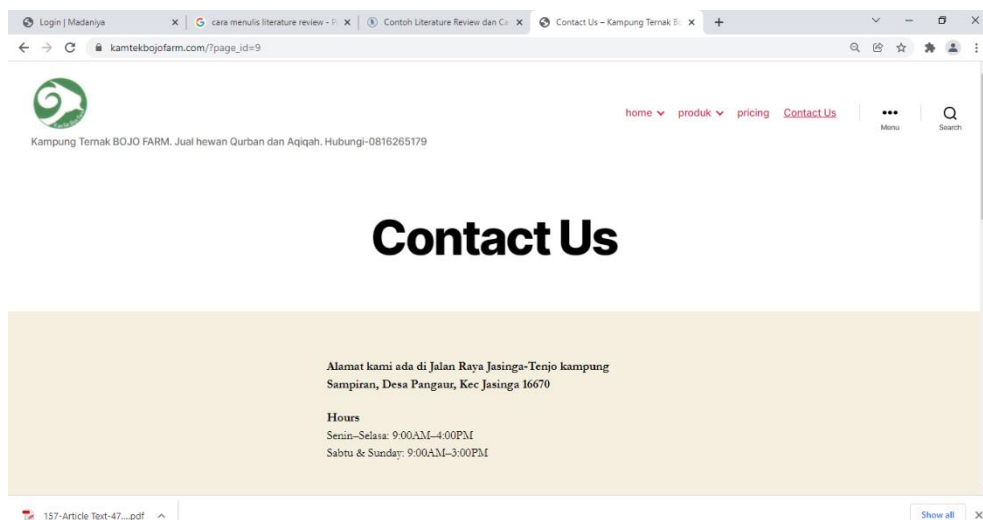
Gambar 4. Tampilan Menu Produk sub menu Ternak Kambing Gibas



Gambar 5. Tampilan Menu Produk sub menu Merawat Anak Kambing



Gambar 6. Tampilan Menu Pricing



Gambar 7. Tampilan Contact Us



Gambar 8. video call kegiatan abdimas

Tabel 3. presentasi pencapaian kegiatan:

No	Kegiatan	Pencapaian kegiatan	Hasil prosentasi kegiatan yang diharapkan
1	Penyampaian motivasi belajar konten sebagai hal yang penting di website	100%	100%
2	Materi pelatihan disampaikan. Setiap peserta pelatihan mempratekkan mencari, memilih dan membuat konten.	70%	100%
3	Peserta pelatihan mampu merangkai konten yang dipilih untuk sebuah produk pada <i>website</i> sehingga menjadi artikel informasi yang enak dibaca dan mudah dimengerti dengan pendampingan.	70%	100%
4	Evaluasi Program	60%	100%

Kesimpulan

Dengan website diharapkan admin kampung ternak Bojo Farm mampu membuat konten sehingga menjadi artikel yang menarik dan memberikan informasi mengenai hewan ternak yang ada di kampung ternak Bojo Farm dengan jelas dan mudah dipahami. Owner/admin website kampung ternak memperoleh pengetahuan tentang bagaimana mencari konten, merangkai konten menjadi kalimat dan artikel yang menarik sampai dipublikasikan di website. Secara keseluruhan peserta pengelolaan konten di website dapat menerima materi yang diberikan dengan baik.

Saran untuk kegiatan ini berdasarkan hasil diskusi dengan tim pelaksana dan mitra, diharapkan adanya pelatihan lanjutan dengan variasi yang berbeda. Untuk lebih sering publikasi artikel di website agar website bertahan lama di *search engine* misalnya Google.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih pada owner kampung ternak BojoFarm Bogor, Bapak Mufti telah diberikan kesempatan. Terimakasih juga kepada semua pihak yang telah membantu tanpa dapat kami sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa sopan kami.

Referensi

- Arief, L., Derisma, D., Yolanda, D., Putri, N., Kasoep, W., & Putri, R. E. (2017). Pengembangan dan Pelatihan Pengelolaan Website Berbasis Content Management System (CMS) Untuk Pemerintahan Nagari Dan Badan Usaha Milik Nagari (BUMNag) Kanagarian Durian Gadang. *Laporan Kegiatan Pengabdian Masyarakat, Universitas Andalas*.
- Irawan, H., & Akram, R. (2017). Penerapan E-commerce Berbasis Website Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Penjualan Kripik UD Aduhai Gampong Karangnyar Kecamatan Langsa Baro Kota Langsa. *Seminar Nasional Teknik Industri [SNTI2017]*, 148–153.
- Lianthy, M., Nurcahyo, A. A., & Sakam, R. D. (2018). Dalam Rangka Mengurangi Kesenjangan Digital Desa Warga Saluyu 2017. *Charity Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 142–154.
<https://journals.telkomuniversity.ac.id/index.php/charity/article/view/1587>
- Praditya, I., I. (2017). Bisnis Ternak Kambing dan Domba Masih Menggiurkan di RI.
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3103873/bisnis-ternak-kambing-dan-domba-masih-menggiurkan-di-ri>
- Widowati, H. (2019). *Indonesia Jadi Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>