

KKN SAMBIHRAMPAK LOR

PROPOSAL / LAPORAN KKN-PKM
PENINGKATAN HARGA JUAL HEWAN TERNAK MELALUI ADVERTISING
MEDIA DI DESA SAMBIHRAMPAK LOR PROBOLINGGO JAWA TIMUR



Ketua: Dr. H. Muhammad Munif, M.Pd.I

NIDN: 2109077301

Anggota: 1. Muhammad Rois Sholihin

NIM: 1630304752

2. Nama Muhammad Zainullah

NPM: 1620801965

3. Nama Muhammad Ali Sobbri

NPM: 1620801962

4. Nama Supriadi

NPM: 162801969

5. Nama Muhammad Hafidzul Ahkam

NPM: 170101203

6. Nama Muhammad Agung Cahyono

NPM: 170101201

7. Nama Muhammad Ichsan

NIM: 170101204

8. Muhammad Hendra Sampurno

NIM: 17010198

9. Dedy Sujarwadi Candra Gunawan

NIM: 17010199

LEMBAGA PENERBITAN, PENELITIAN, DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP3M)

UNIVERSITAS NURUL JADID

TAHUN 2019

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN KKN-PKM

Judul KKN-PKM : Peningkatan Harga Jual Hewan Ternak Melalui Advertising Media Di Desa Sambihampang Lor

1. Nama Ketua : Dr. H. Muhammad Munif, M.Pd.I

a. NIDN : 2109077301

b. Jabatan/Golongan : Lektor / III c

c. Program Studi : Pendidikan Agama Islam

d. Nomor HP : 081358162324

2. Anggota

No	Nama Anggota	Prodi	Fakultas	Tugas/ Bidang Ahli
1	Muhammad Rois Sholihin	PAI	Agama Islam	Konseptor Komunikasi Dakwah kepada masyarakat tentang anjuran dan pahala Berqurban dan Aqiqah menurut ajaran Islam.
2	Muhamad Zainullah	ES	Agama Islam	Konseptor Peningkatan harga jual hewan ternak melalui teori <i>Demen and Suppl.</i>
3	Muhammad Ali Sobbri	ES	Agama Islam	Konseptor peningkatan harga jual hewan ternak menurut teori periklanan (advertising).
4	Supriadi	ES	Agama Islam	Konseptor peningkatan harga jual hewan ternak menurut teori periklanan (advertising).
5	Deddy Sujarwadi C. G.	TI	Teknik	Desainer periklanan hewan ternak melalui media cetak berupa katalog
6	Muhammad Hendra	TI	Teknik	Perancang Reportase/host periklanan hewan ternak

	Sampurno			
7	Muhammad Hafidzul Ahkam	TI	Teknik	Perancang Reportase/host periklanan hewan ternak
8	Muhammad Agung Cahyono	TI	Teknik	Desainer periklanan hewan ternak melalui Facebook, Instagram, atau Youtube
9	Muhammad Ichsan	TI	Teknik	Desainer periklanan hewan ternak melalui Facebook, Instagram, atau Youtube

3. Lokasi Kegiatan

- a. Desa/Wilayah/Pesantren : Sambirampak Lor
- b. Kecamatan : Kotaanyar
- c. Kabupaten : Probolinggo
- d. Provinsi : Jawa Timur
- e. Jarak PT ke Lokasi (km) : km.

Luaran Yang dihasilkan

- (artikel/proceeding/HKI/dll) : Berita, katalog.
- Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 Bulan
- Biaya Total : Rp 72.300.000,-
- Subsidi Unuja : RP 4.000.000,-
- Iuran tambahan/Sumbangan : Rp 68.300.000,-

Disahkan pada

Di

Mengetahui,

Kepala LP3M,

Ketua Tim,

(Achmad Fawaid, M.A., M.A.)

(Dr. H. Muhammad Munif, M.Pd.I)

NIDN. 2123098702

NIDN. 2109077301

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	ii
ABSTRAK	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Isu Aktual.....	1
B. Alasan Memilih Program.....	1
C. Riset Pendahuluan atau Basis Teori	3
BAB 2 TUJUAN, SASARAN, TEMA.....	6
A. Tujuan Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata	6
B. Sasaran Kegiatan	6
C. Tema	6
BAB 3 ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL	7
A. Anggaran Biaya.....	7
B. Jadwal Pelaksanaan	8
BAB 4 PENUTUP	9
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	10

ABSTRAK

Salah satu upaya peningkatan harga jual hewan ternak adalah melalui periklanan (advertising), baik cetak maupun elektronik. Masyarakat desa Sambihrampak Lor kecamatan Kotaanyar merupakan peternak hewan yakni sapi, kambing, ayam, itik dan bebek. Selama berbulan-bulan para peternak hewan ini berjuang untuk memberinya makan, minum, jamu, obat, dan merawat hewan ternaknya supaya pada saat menjualnya para peternak ini mendapatkan keuntungan sesuai harapan.

Problem yang terjadi pada para peternak di desa sambihrampak Lor ini adalah ketika mau menjual hewan ternaknya ternyata harga jual hewan ternak tersebut tidak sesuai harapan. Hewan ternak mereka ditawar oleh tengkulak (blantik: Jawa) dan konsumen dengan harga murah, sehingga peternak merasa rugi, tidak sebanding antara perawatan dengan harga jualnya. Pengalaman pahit ini dirasakan oleh peternak hampir setiap mereka memasuki masa penjualan hewanternaknya.

Gagasan “Advertising Media” dalam upaya meningkatkan harga jual hewan ternak di desa Sambirampak Lor kecamatan Kotaanyar Kabupaten Probolinggo diharapkan mampu memberi alternatif solusi bagi kesejahteraan peternak. Program ini sebenarnya mempunyai aksentuasi pada bagaimana kualitas hewan ternak mereka dapat diketahui oleh khalayak yang lebih luas dari biasanya karena promosinya dilakukan melalui media periklanan. Para peternak ini dapat memasarkannya lewat media, baik cetak (katalog) maupun elektronik berbasis media sosial (WA, facebook dan Youtube), sehingga calon konsumen jumlahnya lebih banyak dari biasanya. Harapannya adalah banyaknya calon pembeli hewan ternak tersebut akan dapat meningkatkan harga jualnya.

Program periklanan hewan ternak melalui media ini dijalankan melalui beberapa langkah, seperti pembuatan katalog, brosur dan rekaman melalui video yang kemudian diunggah ke Youtube. Keterlibatan dari berbagai pihak, misalnya peternak dan pemuda desa setempat sangat diperlukan dalam program ini, sebab pemuda tersebut yang akan dilatih untuk menjadi presenter dan host untuk mengiklankan hewan ternak para peternak. Durasi 4 bulan, mulai Juli – Oktober 2019 diharapkan cukup untuk menuntaskan program ini.

Katakunci: *hewan ternak, pemasaran, advertising media.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Isu Aktual

Daging sapi, kambing dan unggas merupakan kebutuhan hidup manusia untuk dikonsumsi. Tidak hanya itu, kebutuhan daging hewan ternak juga merupakan komoditi bagi para pedagang yang menjual kuliner berbasis daging, seperti pedagang sate, rawon, gule dan sebagainya. Peternak hewan tersebut mempunyai jasa yang besar terhadap ketersediaan daging yang cukup di masyarakat. Setiap hari mereka menyediakan pakan yang dibutuhkan dalam perawatan hewan peliharaannya dengan satu harapan bahwa ketika waktu penjualan mereka mendapat keuntungan yang sepadan dengan “perjuangannya”. Akan tetapi yang terjadi justru sebaliknya, kerap kali mereka kecewa karena pada saat dijual harganya murah.

Dengan model pemasaran menggunakan iklan melalui media cetak berupa katalog dan melalui youtube problem rendahnya harga jual hewan ternak dapat teratasi. Program advertising hewan ternak ini diimplementasi melalui 3 (tiga) tahap pekerjaan, yaitu (1) pelatihan membuat katalog dan pembuatan video yang akan diunggah ke youtube, (2) pembuatan katalog dan video, (3) mencetak katalog dan mengunggah hasil pembuatan video ke Youtube. Program ini akan dilakukan melalui program KKN-PKM dalam upaya untuk mengamalkan pengabdian kepada masyarakat, sebagai bagian yang terpisahkan dari Tridharma Perguruan Tinggi.

B. Alasan Memilih Program

Melihat pada kondisi geografis masyarakat yang ada di sekitar, dan melihat pada jenis mata pencarian masyarakat sambirampak lor yang rata-rata adalah petani, pedagang, buruh, dan pensiunan, serta jumlah penduduk usia dewasa yang menjadi modal dasar dalam laju pembangunan, maka melihat kondisi ekonomi masyarakat desa sambirampak lor dalam menjalankan kehidupan sehari-hari untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan hidup bisa dikatakan cukup baik.

Adapun salah satu usaha yang dilakukan oleh sebagian masyarakat sambirampak lor untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan hidup sehari-hari ialah dengan berdagang (Melakukan transaksi jual beli), Salah satu transaksi jual beli yang mereka lakukan

adalah jual beli hewan ternak karena memang banyak masyarakat desa sambirampak lor yang memiliki peliharaan hewan ternak seperti sapi, kambing, ayam, itik dan bebek.

Perdagangan merupakan jalan wajar yang ada di masyarakat untuk mencari nafkah dalam memenuhi kebutuhan hidup, misalnya jual beli, seperti yang diketahui bahwa asal dari sesuatu itu adalah kebolehan.

Hal ini sesuai dengan kaidah fiqih:

الاصل فى الأشياء الأباحة

Artinya : “Asal dari sesuatu itu adalah kebolehan”

Demikian pula dengan jual beli, pada dasarnya jual beli sepanjang tidak mengandung *riba*, *dlarar* (bahaya), dan *gharar* (ketidakpastian) maka hukumnya sah karna ketiga prinsip dasar ini harus terpenuhi dalam akad jual beli.

Dalam fiqih muamalah menurut Utsman Syubair hukum jual beli ialah hukum syar’i yang mengatur hubungan manusia di bidang harta benda, seperti jual beli, sewa menyewa, wakaf, hibah, rahn, dan hiwalah. sedangkan pengertian jual beli sendiri adalah suatu kegiatan yang menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak lain membeli, dan menurut syariah jual beli pertukaran harta atas dasar saling rela.

Adapun dasar bolehnya melakukan jual beli (berdagang) sesuai firman Allah dalam Alqur’an surat al-baqarah ayat 275 :

واحل الله البيع وحرم الربا

Artinya : “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Dalam KHES buku II Pasal 20 ayat I Akad adalah kesepakatan dalam suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan dan atau tidak melakukan perbuatan hukum tertentu. Jadi Perjanjian dan perikatan sama artinya yaitu kesepakatan antara dua belah pihak untuk mengikatkan sesuatu. Dalam KHES buku II Pasal 20 ayat II Bai’ adalah jual beli antara benda dengan benda, atau pertukaran benda dengan uang.

Banyak masyarakat desa Sambihampang Lor kecamatan Kotaanyar merupakan peternak hewan seperti sapi, kambing, ayam, itik dan bebek. Selama berbulan-bulan para peternak hewan ini berjuang untuk memberinya makan, minum, jamu, obat, dan merawat hewan ternaknya supaya pada saat menjualnya para peternak ini mendapatkan keuntungan sesuai harapan.

Problem yang terjadi pada para peternak di desa sambihrampak Lor ini adalah ketika mau menjual hewan ternaknya ternyata harga jual hewan ternak tersebut tidak sesuai harapan. Hewan ternak mereka ditawar oleh tengkulak (blantik: Jawa) dan konsumen dengan harga murah, sehingga peternak merasa rugi, tidak sebanding antara perawatan dengan harga jualnya. Pengalaman pahit ini dirasakan oleh peternak hampir setiap mereka memasuki masa penjualan hewan ternaknya.

Maka untuk meningkatkan harga jual hewan ternak di desa Sambirampak Lor kecamatan Kotaanyar Kabupaten Probolinggo perlu adanya perubahan sistem dalam strategi pemasarannya yang diharapkan mampu memberi solusi alternatif bagi kesejahteraan peternak desa sambirampak lor melalui sistem strategi pemasaran “Advertising Media”.

C. Riset Awal dan Basis Teori

Sambirampak Lor merupakan desa yang terletak di dataran tinggi Selatan Kecamatan Kotaanyar Probolinggo. Kawasan ini berbatasan langsung dengan Trewungan Kecamatan Kotaanyar Kabupaten Probolinggo, dan dekat dengan dataran tinggi di sebelah selatan. Salah satu kekhasan kawasan ini adalah adanya para peternak sapi sebagai mayoritas mata pencaharian. Dalam konteks perekonomian, ternak hewan sapi diakui memberi dampak yang besar bagi perekonomian/pendapatan masyarakat bagi peternak sapi.



Gambar 1.4. Kantor Desa Sambirampak Lor

Desa Sambirampak Lor disini merupakan salah satu desa penghasil sapi terbaik di daerah Kab. Probolinggo. Biasanya para peternak di dasa sambirampak lor hanya menjual atau mengandalkan makelar hewan saja, dengan adanya media advertising ini kita bisa memasarkan hasil dari ternak secara luas. Bukan hanya dipasarkan pada daerah itu saja, melainkan bisa di pasarkan hingga skalanya nasional. Advertising disini digunakan untuk menjebatani antara peternak dan pembeli, jadi media ini sangat membantu bagi peternak dan pembeli dalam mencari informasi dalam hal bertransaksi terhadap hewan yang diperjual belikan.



Gambar 1.3. Salah satu ternak sapi milik warga

Yang paling mencolok dari penjualan sapi online Desa Sambirampak Lor adalah melalui jual lewat online yang diyakini lebih tinggi daripada jual sapi lewat offline dan biasanya incom nya jual lewat online lebih tinggi dari pada offline. nilai harga sapi akan berdampak buruk bila kualitas sapinya tidak sehat/cacat. Penjualan sapi seharusnya mempertimbangkan lokasi penjualan sapi yang setrategis dari tempat masyarakat. Namun jika lokasi penjual ada di dataran tinggi atau pegunungan akan kesusahan bila ada pembeli dari kota atau beda kota dan mengharuskan datang ke lokasi

beli yang jaraknya cukup jauh. Jadi ketika penjual atau peternak bisa memanfaatkan media online untuk mempromosikan hewan ternaknya akan cukup membantu para pembeli untuk menentukan hewan mana yang akan di beli.

Kebanyakan peternak hanya akan menunggu pembeli datang ke area ternak yang dimiliki atau kerumah peternak itu sendiri, sedangkan pembeli tidak hanya di area terdekat saja. Dengan sistem lama kebanyakan peternak hanya memasarkan dengan memberitahu kesesama teman dan itu hanya mencakup diarea terdekat saja, bagi pembeli itu tidak cukup dalam membantu untuk membeli hewan yang akan di beli, karena tidak ada kondisi hewan dan kualitasnya. Kebanyakan pembeli akan datang kepada pemilik hewan yang daerahnya cukup jauh misalkan akan merasa kecewa jika hewan yang akan dibeli tidak sesuai dengan yang di harapkan, bisa jadi kondisi hewan yang kurang besar atau terlalu kurus dan merasa kecewa. Pembeli harus melihat langsung hewan yang akan di beli bagaimana, apakah sudah sesuai yang akan di inginkan. Dengan melihat langsung pembeli biasanya akan kesusahan jika lokasi jauh dan memasuki daerah terpencil. Jika menggunakan sistem online ini pembeli akan tau bagaimana kondisi hewan karena sudah ada berupa video bagaimana kondisi hewan tersebut. Jadi pembeli tidak perlu jauh-jauh datang ke daerah terpencil misalnya, hanya dengan melihat media sosial mereka sudah akan mengetahui kondisinya.

Dari paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa inti masalah yang dihadapi oleh pembeli atau penjual, adalah: ***kurangnya pengetahuan peternak Sambihrampak Lor akan media sosial yang seharusnya bisa dijadikan sebuah iklan penjualan yang cukup berguna untuk mempromosikan hewan ternaknya. Sehingga masih banyak peternak yang hanya kesusahan dalam menjual belikan hewan ternaknya.***

BAB 2

TUJUAN, SASARAN, TEMA

A. Tujuan Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata

Tujuan dari pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata sebagai berikut:

1. Sebagai wujud dari orientasi Tri Darma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian pada masyarakat.
2. Memberi pengalaman belajar tentang pembangunan ekonomi masyarakat di daerah tersebut.
3. Memberi pengalaman kepada mahasiswa tentang kondisi prekonomian yang terdapat pada masyarakat daerah tersebut.
4. Meningkatkan hubungan antara perguruan tinggi dengan Pemerintah Desa, dan masyarakat secara langsung.
5. Untuk belajar memahami karakteristik masyarakat pedesaan yang majemuk dengan segala pola hidup masing – masing.

B. Sasaran Kegiatan

Sasaran yang ingin dicapai dari pelaksanaan kegiatan ini adalah :

1. Menjalin kerjasama antara mahasiswa dengan masyarakat desa sebagai usahapemecahan masalah dibidang sosial.
2. Mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu penelitian, pengembangan, dan pengabdian pada masyarakat khususnya masalah sosial .
3. Menjadikan masyarakat yang bermukim di Desa Sambirampak Lor menjadi lebih maju dalam hal bertransaksi hewan ternak.

C. Tema

Tema kegiatan ini adalah “Peningkatan Harga Jual Hewan Ternak melalui Advertising Media online/offline di Desa Sambirampak Lor”

BAB 3

ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL PELAKSANAAN

A. Anggaran Biaya

Program ini membutuhkan dana sebanyak Rp. 3.990,000,00- (*tiga juta sembilan ratus sembilan puluh ribu rupiah*). Sumber dana diharapkan berasal dari dana Tunjangan Universitas Nurul Jadid dan. Adapun rincian rencana anggaran adalah sebagaimana berikut.

Judul PkM dan KKN : *Peningkatan Harga Jual Hewan Ternak Melalui Advertising Media diDesa Sambirampak Lor*

Ketua Tim : Muhammad Munif, M.Pd.

A	Uraian	BANYAKNYA	SATUAN	HARGA SATUAN	JUMLAH
1	Cetak Banner	2	Lembar	300.000	600.000
2	Cetak steaker	40	Lembar	5.000	200.000
3	Transport	9	-	15.000	900.000
4	Katalog	25	Lembar	35.000	90.000
5	Cindra mata	3	Buah	50.000	100.000
6	Konsumsi	9	Bungkus	10.000	600.000
7	Lain-lain	-	-	-	1.500.000
Jumlah Total					3.990.000
<i>Tiga juta sembilan ratus sembilan puluh ribu rupiah</i>					

B. Jadwal Pelaksanaan

**JADWAL KEGIATAN
PROGRAM KKN – PKM**

A	PROGRAM JANGKA PENDEK	BULAN AGUSTUS											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Silaturahmi ke Perangkat-perangkat Desa Serambirampak Lor	■	■										
2	Mendata Penduduk Yang Memelihara Sapi			■	■								
3	Mengunjungi Masyarakat Yang ingin menjual Sapi					■	■						
4	Mempelajari Ilmu Tentang Kesehatan Sapi							■	■				
	PROGRAM JANGKA PANJANG	BULAN SEPTEMBER											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
5	Mencari partner kerja-sama Jual Beli Sapi	■	■										
6	Mensosialisasikan program ke Masyarakat Serambirampak Lor			■	■								
B	PROGRAM JANGKA MENENGAH	BULAN OKTOBER											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Membuat Editing Foto sapi	■	■										
2	Mempelajari Ilmu Pemasaran Mengenai Adversiting melalui MEDSOS			■	■								
3						■	■						
4								■	■				
C	PROGRAM JANGKA PANJANG	BULAN NOVEMBER											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Pembuatan Katalog	■	■										
2				■	■								
3	Mendaftar kemajuan dan kegagalan					■	■						

BAB 4

PENUTUP

Kegiatan ini diharapkan dapat membantu menyelesaikan masalah-masalah yang muncul dalam masyarakat, dengan ini kami harapkan kerjasama dari semua pihak baik moril maupun material karena kesuksesan dari kegiatan ini hanya dapat tercapai apabila ada kerjasama dari seluruh pihak yang terkait.

Demikian proposal program kerja ini dibuat sebagai kerangka acuan dan gambaran singkat mengenai Pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam rangka mendapatkan tanggapan dan bantuan dari berbagai pihak. Kepada semua pihak yang telah dan akan membantu Mahasiswa Peserta KKN Universitas Nurul Jadid tahun 2019 mengucapkan terima kasih atas partisipasinya.

Semoga segala bantuan dan amal usaha dari pihak yang peduli dan simpati terhadap usaha ini bernilai ibadah disisi Allah SWT.

LAMPIRAN I

FORM. B

**JADWAL PELAKSANAAN PROGRAM KERJA
KULIAH KERJA NYATA (KKN) & PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)
UNIVERSITAS NURUL JADID
PAITON PROBOLINGGO**

NAMA DPL :
DESA/PESANTREN/WILAYAH :

BLOK/DUSUN :
DESA/KEC. :

No	Uraian Kegiatan	Masalah	Kegiatan	Tujuan	Sasaran	Penanggung Jawab	Waktu Pelaksanaan						Ket
							Kunjungan ke						
							1	2	3	4	5	6	
1													
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
dst													

Dosen Pembimbing Lapangan

.....
Nama terang & tanda tangan