



Journal of Human And Education
Volume 4, No. 6, Tahun 2024, pp 1243-1254
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

UMKM Pakan Burung Menuju Pasar Nasional Melalui Integrasi Teknologi Kecerdasan Buatan Dan *Cloud Computing* Serta Modernisasi Mesin Produksi

I Wayan Gede Narayana^{1*}, I Komang Budi Mas Aryawan², Sayi Hatiningsih³

¹Prodi Sistem Komputer, Fakultas Informatika dan Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

²Prodi Sistem Informasi, Fakultas Informatika dan Komputer, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

³Prodi Teknologi Pangan, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana

Email: *narayana@stikom-bali.ac.id^{1*}

Abstrak

Mitra dalam program Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Kelompok Usaha Bersama (KUB) UD. Chef Royal Indonesia, yang bergerak di bidang produksi dan penjualan pakan burung. Mitra menghadapi permasalahan utama pada aspek pemasaran dan produksi. Untuk mengatasi masalah pemasaran, diberikan pelatihan *digital marketing* menggunakan teknologi kecerdasan buatan ChatGPT, serta pembuatan desain kemasan dan logo dengan teknologi *cloud computing* Canva. Selain itu, mitra juga dilatih dalam penggunaan *platform* media sosial seperti Facebook dan Instagram, serta *e-commerce* seperti Tokopedia dan Shopee, yang digunakan sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Pada aspek produksi, solusi yang diberikan adalah pelatihan penggunaan mesin produksi untuk meningkatkan kapasitas, serta hibah berupa 1 unit mesin pencetak pelet, 1 unit oven gas stainless, 1 unit mesin penyegel botol, dan 1 dus pet can untuk pengemasan produk. Setelah pelaksanaan program PKM, hasil yang dicapai pada aspek pemasaran meliputi (1) kemasan produk mitra menjadi lebih menarik dan profesional, (2) peningkatan omzet penjualan sebesar 111%, serta (3) penjualan produk hingga ke luar Provinsi Bali sebanyak 34%. Pada aspek produksi, mitra mengalami peningkatan kapasitas produksi sebesar 75%, berkat penambahan alat dan mesin berteknologi modern

Kata kunci: Pakan Burung, Kecerdasan Buatan. *Cloud Computing, Digital Marketing*

Abstract

The partner faces major issues in the aspects of marketing and production. To address the marketing problems, training in digital marketing using ChatGPT artificial intelligence technology was provided, as well as packaging and logo design using Canva cloud computing technology. Additionally, the partner was trained in using social media platforms such as Facebook and Instagram, as well as e-commerce platforms like Tokopedia and Shopee, which are used as promotional and sales channels. On the production side, the solution offered included training in the use of production machinery to increase capacity, along with a donation of 1 pellet-making machine, 1 stainless gas oven, 1 bottle sealing machine, and 1 box of pet cans for product packaging. After the implementation of the PKM program, the results achieved in the marketing aspect included (1) the partner's product packaging becoming more attractive and professional, (2) a sales turnover increase of 111%, and (3) product sales reaching outside Bali Province by 34%. In terms of production, the partner experienced a 75% increase in production capacity, thanks to the addition of modern technology equipment and machinery

Keywords: Bird Feed, Artificial Intelligence, Cloud Computing, Digital Marketing

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian lokal dan nasional. Salah satu UMKM di Provinsi Bali yang bergerak di bidang produksi pakan burung adalah Voer Royal, yang berlokasi di Jln. Bali Cliff, Gang Telaga Sari RT 02 RW 10 No 34, Desa Ungasan, Kec. Kuta Selatan, Kab. Badung. Produk Voer Royal terdiri dari berbagai varian, seperti Voer Royal Anis Merah dan Kembang, Voer Royal Cucak Rowo, hingga Voer Royal Anakan, yang diminati oleh para pecinta burung kicau. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM ini dalam menghadapi persaingan di tingkat nasional adalah keterbatasan dalam pemasaran dan kapasitas produksi yang belum optimal.

Pengabdian ini berfokus pada peningkatan daya saing UMKM Voer Royal melalui integrasi teknologi kecerdasan buatan (AI) dan *cloud computing*, serta modernisasi mesin produksi. Dengan menggunakan teknologi kecerdasan buatan ChatGPT untuk pembuatan narasi *digital marketing* dan Canva sebagai *platform cloud computing* untuk desain kemasan dan logo, UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk (Rumetna, 2018). Selain itu, modernisasi mesin produksi akan membantu meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi, memungkinkan Voer Royal untuk memperluas jangkauan penjualannya hingga ke luar Bali (Muharom;Siswadi, 2020). Pengabdian ini juga melibatkan pelatihan penggunaan media sosial Facebook dan Instagram sebagai sarana promosi produk pakan burung. Media sosial terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Selain itu, pelatihan penggunaan *platform e-commerce* seperti Tokopedia dan Shopee diberikan agar mitra mampu memanfaatkan kedua platform ini sebagai media penjualan produk secara *online*. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, UMKM Voer Royal dapat memperluas jangkauan pasar hingga ke luar provinsi Bali, dengan target minimal penjualan 20%. Penjualan melalui *e-commerce* juga membantu mengoptimalkan proses transaksi dan pengiriman produk, memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam mengakses produk secara cepat dan efisien (Alwendi, 2020).

Burung merupakan makhluk yang sangat tergantung pada makanan untuk kelangsungan hidup dan kesehatan mereka. Nutrisi yang tepat sangat penting untuk memastikan burung tetap sehat, aktif, dan memiliki kekebalan yang baik terhadap penyakit (Panggayu & Widodo, 2021). Keunggulan produk yang dihasilkan mitra adalah: 1. Produk mengandung buah, rempah, kalori, zink, karbohidrat dan protein hewan, sehingga dengan ramuan yang tepat, produk dapat mempercepat pertumbuhan bulu dan pertumbuhan otot burung dewasa, 2. Tekstur lunak, sehingga tidak membuat kinerja pencernaan burung bekerja berat, 3. Produk aman tanpa ekstra *feeding*.

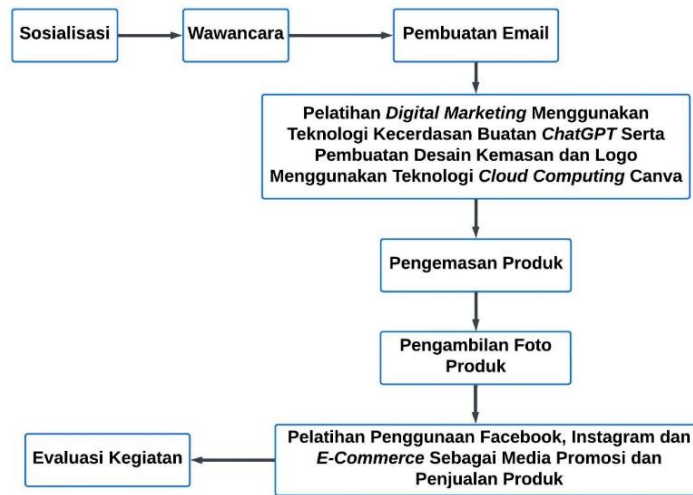
Kebaruan dalam pengabdian ini adalah pemanfaatan teknologi modern seperti kecerdasan buatan dan *cloud computing* yang sebelumnya belum banyak diadopsi oleh UMKM di sektor pakan burung. Pelatihan penggunaan ChatGPT untuk *digital marketing* memungkinkan mitra UMKM menyusun narasi pemasaran yang lebih menarik (Polgan et al., 2024). Sementara itu, Canva menyediakan *platform* desain grafis berbasis *cloud* yang mudah digunakan untuk menciptakan kemasan produk yang profesional (Khaerudin et al., 2024). Modernisasi mesin produksi, seperti mesin pencetak pelet dan oven gas stainless steel, memungkinkan peningkatan kapasitas produksi hingga 50%.

Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence*) telah menjadi elemen kunci dalam berbagai bidang, termasuk pemasaran digital (Muawwal et al., 2024). Dalam konteks UMKM, penggunaan AI dapat mempermudah pembuatan konten pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Kecerdasan buatan dapat mengoptimalkan interaksi dengan pelanggan melalui penyediaan konten yang lebih relevan dan terpersonalisasi, yang pada akhirnya meningkatkan potensi penjualan (Aditya Nirwana et al., 2023). Sementara itu teknologi *cloud computing* menawarkan solusi yang fleksibel dan terjangkau bagi UMKM dalam mengembangkan bisnisnya, terutama dalam hal desain dan pemasaran. Penggunaan *platform* seperti Canva memungkinkan pelaku usaha untuk mengakses perangkat desain yang canggih tanpa perlu berinvestasi dalam perangkat keras yang mahal. *Cloud computing* mampu menyediakan infrastruktur teknologi yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja, sehingga mendukung efisiensi operasional UMKM (Bisri et al., 2023). Modernisasi proses produksi adalah langkah penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Mesin produksi yang lebih canggih dan efisien tidak hanya meningkatkan kapasitas produksi, tetapi juga menurunkan biaya produksi dan meningkatkan kualitas produk (Fiky Binti Zakiyah et al., 2024). Disamping itu, modernisasi teknologi dalam proses produksi berdampak positif pada produktivitas dan daya saing usaha kecil dan menengah (Subroto et al., 2023).

METODE

Pada metode dan tahapan pelaksanaan akan digambarkan mengenai prosedur kerja dari masing-masing permasalahan, yang menjelaskan terkait pelaksanaan pengabdian berupa sosialisasi, pelatihan dan penerapan teknologi, yaitu:

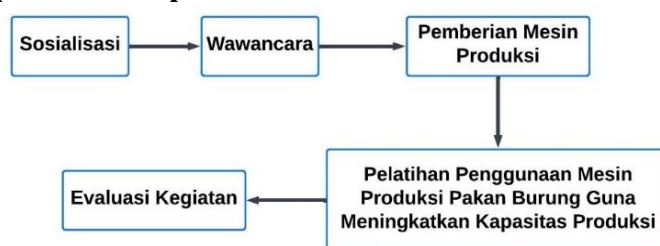
1. Prosedur Kerja Lingkup Masalah Aspek Pemasaran



Gambar 1. Prosedur Kerja Lingkup Masalah Aspek Pemasaran

Prosedur kerja diawali dengan sosialisasi dan wawancara kepada mitra untuk mengetahui prosedur, informasi dan manfaat dari kegiatan ini, kemudian melakukan pembuatan email untuk keperluan pelatihan. Selanjutnya dilaksanakan pelatihan digital marketing menggunakan teknologi kecerdasan buatan ChatGPT serta pembuatan desain kemasan dan logo menggunakan teknologi cloud computing Canva, kemudian kegiatan ini dilanjutkan dengan pengemasan produk, lalu dilakukan pengambilan foto pada masing – masing produk, dan kegiatan berlanjut dengan melaksanakan pelatihan penggunaan Facebook, Instagram dan *E-Commerce* sebagai promosi dan penjualan produk. Kegiatan ini diakhiri dengan melakukan evaluasi kegiatan. Evaluasi yang dilakukan adalah evaluasi keterampilan dan evaluasi hasil, indikator capaian adalah (1) 100% mitra mampu menggunakan teknologi kecerdasan buatan ChatGPT sebagai sarana pembuatan narasi *digital marketing*, (2) 1-2 orang terampil dalam menggunakan teknologi *cloud computing* Canva sebagai media untuk pembuatan desain kemasan dan logo produk, (3) Mitra memiliki kemasan produk yang menarik dan profesional, (4) Mitra memiliki 1 buah akun media sosial Facebook dan 1 buah akun media sosial Instagram, (5) 100% mitra mampu menggunakan Facebook dan Instagram sebagai media promosi produk, (6) Mitra memiliki toko *online* pada *e-commerce* Tokopedia dan Shopee, dan (7) 100% mitra mampu menggunakan *e-commerce* Tokopedia dan Shopee sebagai media penjualan produk. Penerapan teknologi pada kegiatan ini adalah berupa transfer pengetahuan kepada mitra dalam penggunaan ChatGPT, Canva, Facebook, Instagram, Tokopedia dan Shopee. Kegiatan ini akan diberikan oleh I Wayan Gede Narayana, S.Kom., M.Kom, I Komang Budi Mas Aryawan, S.Pd., M.Pd dan dibantu oleh mahasiswa Muhammad Agha Firmansyah dan I Made Bagus Angga Putra.

2. Prosedur Kerja Lingkup Masalah Aspek Produksi



Gambar 2. Prosedur Kerja Lingkup Masalah Aspek Produksi

Prosedur kerja diawali dengan sosialisasi dan wawancara kepada mitra untuk mengetahui prosedur, informasi dan manfaat dari kegiatan ini, kemudian dilakukan pemberian mesin produksi kepada mitra, diantaranya: 1 Unit Mesin Pencetak Pelet, 1 Unit Oven Gas Stainless Steel dan 1 Unit Mesin Penyegel Botol, setelah itu kegiatan dilanjutkan dengan pelaksanaan pelatihan penggunaan mesin produksi pakan burung guna meningkatkan kapasitas produksi. Kegiatan ini diakhiri dengan melakukan evaluasi kegiatan. Evaluasi yang dilakukan adalah evaluasi keterampilan dan evaluasi hasil, indikator capaian adalah (1) 100% mitra mampu menggunakan mesin produksi untuk menghasilkan produk pakan burung, (2) Mitra memiliki mesin produksi berteknologi modern, yaitu: 1 Unit Mesin Pencetak Pelet, 1 Unit Oven Gas Stainless Steel dan 1 Unit Mesin Penyegel Botol, (3) Peningkatan kapasitas produksi minimal 50%. Penerapan teknologi pada kegiatan ini adalah penggunaan mesin produksi berteknologi modern yang digunakan oleh mitra. Kegiatan ini akan diberikan oleh Sayi Hatiningsih, S.TP., M.Si dan dibantu oleh mahasiswa Eugenius Sallu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil dan Pelaksanaan Aspek Pemasaran

Berdasarkan prosedur kerja yang telah ditentukan, permasalahan aspek pemasaran dilaksanakan dengan beberapa tahapan terstruktur. Mulai dari Sosialisai, Pelatihan dan Evaluai Kegiatan. Pelaksanaan pelatihan hari ke-1 pada tanggal 3 September 2024 dibagi menjadi 2 tahap, yaitu (1) Pelatihan *digital marketing* menggunakan teknologi kecerdasan buatan ChatGPT serta pembuatan desain kemasan dan logo menggunakan teknologi *cloud computing*, (2) Pelatihan penggunaan Facebook, Instagram dan *E-Commerce* sebagai media promosi dan penjualan produk.

Pelatihan tahap 1 diberikan oleh I Wayan Gede Narayana, S.Kom., M.Kom yang diikuti oleh seluruh anggota mitra. Secara umum kegiatan ini diawali dengan pembuatan akun email pada laman: <https://www.google.com/intl/en-US/gmail/about/>, setelah email berhasil dibuat, dilakukan proses *login* untuk meakses laman ChatGPT: <https://openai.com/chatgpt/> untuk pembuatan narasi digital marketing. Selanjutnya, masih menggunakan email yang sama, kembali dilakukan proses login ke laman Canva: https://www.canva.com/id_id/, untuk pembuatan desain kemasan dan logo. Dokumentasi dan hasil pelatihan disajikan pada Gambar 3, Gambar 4 dan Gambar 5

Berikutnya, pelatihan tahap 2 diberikan oleh I Komang Budi Mas Aryawan, S.Pd., M.Pd yang juga diikuti oleh seluruh anggota mitra. Secara umum kegiatan ini memerlukan akun email untuk mengakses aplikasi media sosial dan *e-commerce*. Mengingat mitra telah memiliki akun email yang sudah dikerjakan pada pelatihan tahap 1, maka kegiatan ini dimulai dari pembuatan akun media sosial facebook pada laman: <https://www.facebook.com/>, dan pembuatan akun instagram pada laman: <https://www.instagram.com/>. Selanjutnya, mitra dibimbing untuk dapat melakukan promosi produk pada media sosial yang sudah dibuat, seperti menambahkan foto produk, memberikan narasi marketing sampai ketahap komunikasi dengan konsumen. Dokumentasi pelatihan dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 3. Pelatihan Tahap 1 (ChatGPT dan Canva)



Gambar 4. Salah Satu Contoh Narasi Digital Marketing ChatGPT



Gambar 5. Beberapa Desain Kemasan & Logo Yang Dihasilkan Mitra Menggunakan Canva



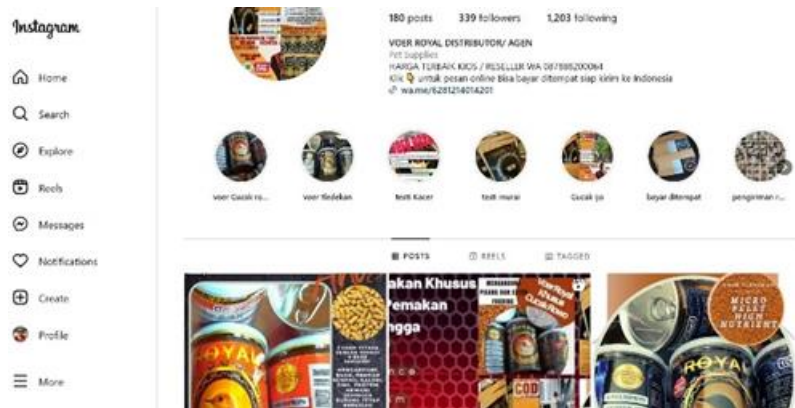
Gambar 6. Pelatihan Tahap 2 (Facebook dan Instagram)

Pelatihan ini menghasilkan akun facebook dan instagram yang nantinya digunakan sebagai media promosi produk serta akun tokopedia dan shopee yang akan digunakan sebagai media penjualan produk pakan burung oleh mitra. Hasil pelatihan disajikan pada Gambar 7 sampai Gambar 8.



Gambar 7. Akun Facebook Mitra

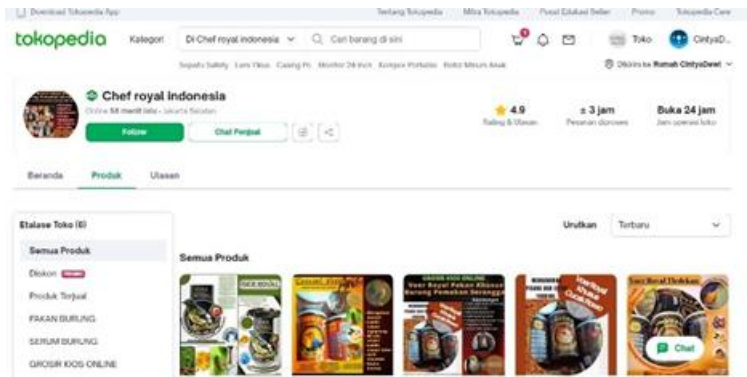
Link akses:
<https://www.facebook.com/Voerroyaldistributor>



Gambar 8. Akun Instagram Mitra

Link akses:
<https://www.instagram.com/voerroyalburu>
[ngpemakanseranga/](https://www.instagram.com/ngpemakanseranga/)

Setelah semua proses media sosial selesai, dilanjutkan dengan membuat akun pada platform e-commerce Tokopedia pada laman: <https://www.tokopedia.com/> dan Shopee pada laman: <https://shopee.co.id/>. Pada tahap ini mitra dibimbing untuk dapat melakukan penjualan produk, mulai dari membuat kategori untuk setiap produk yang akan dijual, melakukan penambahan produk, memberikan deskripsi, memberikan harga untuk setiap produknya, memilih jasa pengiriman, memilih cara pembayaran, memberikan diskon ke tiap produk dan lain sebagainya.



Gambar 9. Akun Tokopedia Mitra

Link akses:
<https://www.tokopedia.com/royalindonesia>



Gambar 10. Akun Shopee Mitra

Link akses:
<https://shopee.co.id/voerroyal>

2. Hasil dan Pelaksanaan Aspek Produksi

Pelaksanaan pelatihan hari ke-2 pada tanggal 4 September 2024 dilakukan pelatihan penggunaan mesin produksi pakan burung guna meningkatkan kapasitas produksi yang diberikan oleh Sayi Hatiningsih, S.TP., M.Si. Kegiatan ini diikuti oleh seluruh anggota mitra dengan mesin/alat produksi: (1) mesin pencetak pelet, oven gas stainless steel, mesin penyegel botol dan pengemasan pet can. Pelaksanaan kegiatan dimulai dari penyiapan bahan baku oleh mitra, selanjutnya dilakukan proses produksi sampai ke tahap pengemasan produk. Kegiatan ini diakhiri dengan serah terima mesin/alat produksi kepada mitra.



Gambar 11. Pencampuran Bahan



Gambar 12. Pencetakan Pelet



Gambar 13. Pengeringan Dengan Oven dan Pengemasan



Gambar 14. Proses Penyegelan Produk



Gambar 15. Produk Siap Dipasarkan



Gambar 16. Serah Terima Mesin/Alat Produksi Kepada Mitra

1. Evaluasi Target

3.1 Target Peningkatan Omzet

Sebelum pelaksanaan PKM, omzet perbulan mitra rata - rata Rp. 3.000.000 - Rp. 4.000.000, omzet merupakan pendapatan bersih setelah dikurangi biaya produksi 25% dan biaya lainnya. Perbandingan

Copyright: I Wayan Gede Narayana, I Komang Budi Mas Aryawan, Sayi Hatiningsih

penjualan pakan burung secara konvensional bulan Agustus (sebelum PKM) dan bulan September (setelah PKM) disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Penjualan Pakan Burung Secara Konvensional

No	Nama Produk	Harga Satuan	Agustus				September			
			Jml (pcs)	Pend. Kotor	Modal Produksi 25%	Pend. Bersih	Jml (pcs)	Pend. Kotor	Modal Produksi 25%	Pend. Bersih
1	Voer Royal 150 gram	15.000	26	390.000	97.500	292.500	37	555.000	138.750	416.250
2	Voer Royal 300 gram	25.000	25	625.000	156.250	468.750	27	675.000	168.750	506.250
3	Voer Royal Anis Merah dan Kemban g 250 gram	30.000	37	1.110.000	277.500	832.500	40	1.200.000	300.000	900.000
4	Voer Royal Cucak Ijo/Rowo 300 gram	30.000	51	1.530.000	382.500	1.147.500	59	1.770.000	442.500	1.327.500
5	Voer Royal Tledekan Gunung dan Bakau 250 gram	25.000	24	600.000	150.000	450.000	56	1.400.000	350.000	1.050.000
6	Voer Royal Anakan 250 gram	25.000	34	850.000	212.500	637.500	52	1.300.000	325.000	975.000
TOTAL			197	5.105.000	1.276.250	3.828.750	271	6.900.000	1.725.000	5.175.000

Omzet mitra pada bulan Agustus untuk penjualan secara konvensional sebesar Rp. 3.828.750, berikutnya pada bulan September menjadi Rp. 5.175.000, sehingga didapatkan selisih peningkatan omzet sebesar Rp. 1.346.250 atau 35%. Selanjutnya data penjualan melalui *e-commerce* disajikan pada Tabel 2 dan Tabel 3.

Tabel 2. Data Penjualan Pakan Burung Melalui Tokopedia

No	Nama Produk	Jumlah (pcs)	Harga Satuan	Pendapatan Kotor	Potongan Tokopedia	Potongan Modal Produksi 25%	Pendapatan Bersih	Tujuan
1	Voer Royal 150 gram	0	35.000	-	-	-	-	-
2	Voer Royal 300 gram	5	130.000	325.000	32.500	81.250	211.250	Luar Bali

3	Voer Royal Anis Merah dan Kembang 250 gram	7	80.000	280.000	28.000	70.000	182.000	Luar Bali
4	Voer Royal Cucak Ijo/Rowo 300 gram	26	845.000	1.690.000	169.000	422.500	1.098.500	Luar Bali
5	Voer Royal Tledekan Gunung dan Bakau 250 gram	0	45.000	-	-	-	-	-
6	Voer Royal Anakan 250 gram	0	50.000	-	-	-	-	-
7	Grosir Voer Royal Cucak Ijo/Rowo 300 gram	1	600.000	600.000	60.000	150.000	390.000	Luar Bali
	TOTAL	39	1.785.000	2.895.000	289.500	723.750	1.881.750	

Tabel 3. Data Penjualan Pakan Burung Melalui Shopee

No	Nama Produk	Jumlah (pcs)	Harga Satuan	Pendapatan Kotor	Potongan Shopee	Potongan Modal Produksi 25%	Pendapatan Bersih	Tujuan
1	Voer Royal 150 gram	2	70.000	70.000	8.050	17.500	44.450	Luar Bali
2	Voer Royal 300 gram	3	195.000	195.000	22.425	48.750	123.825	Luar Bali
3	Voer Royal Anis Merah dan Kembang 250 gram	0	40.000	-	-	-	-	-
4	Voer Royal Cucak Ijo/Rowo 300 gram	20	900.000	Rp 1.385.000	232.325	346.250	806.425	Luar Bali
5	Voer Royal Tledekan Gunung dan Bakau 250 gram	2	90.000	90.000	10.350	22.500	57.150	Luar Bali
6	Voer Royal Anakan 250 gram	0	50.000	-	-	-	-	-
7	Grosir Voer Royal Cucak Ijo/Rowo 300 gram	0	600.000	-	-	-	-	-
	TOTAL	27	1.945.000	1.740.000	273.150	435.000	1.031.850	

Akumulasi omzet mitra dari penjualan secara konvensional, melalui Tokopedia dan Shopee adalah Rp. 8.088.600 atau terjadi peningkatan sebesar 111% dari omzet sebelum pelaksanaan PKM yaitu Rp. 3.828.750. Sehingga, target peningkatan omzet mitra tercapai, hal ini melebihi dari rencana target yaitu peningkatan minimal 50%.

6.3.2 Target Penjualan Nasional

Tim PKM menargetkan peningkatan penjualan produk pakan burung diluar provinsi Bali atau terjual secara nasional minimal 20%. Berdasarkan data penjualan pada Tabel 2 dan Tabel 3, diketahui bahwa penjualan produk pakan burung melalui Tokopedia dan Shopee semuanya terjual diluar Bali dengan jumlah sebanyak 66 pcs atau 34% dari penjualan sebelumnya pada bulan Agustus sebanyak 197 pcs. Sehingga, target penjualan produk pakan burung terjual secara nasional dinyatakan tercapai. Perbandingan data penjualan secara konvensional pada bulan Agustus (sebelum PKM) dan penjualan melalui Tokopedia dan Shopee pada bulan September (setelah PKM) disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Data Perbandingan Penjualan Konvensional Dengan Penjualan Melalui Tokopedia dan Shopee

Nama Produk	Agustus	September	Link Penjualan
Voer Royal 150 gram	26 pcs	0 pcs	Tokopedia: https://www.tokopedia.com/royalindonesia/voer-royal-burung-pemakan-serangga?extParam=src%3Dshop%26whid%3D2127027
		2 pcs	Shopee: https://shopee.co.id/pakan-burung-Voer-Royal-pakan-khusus-untuk-Burung-Pemakan-Serangga-i.33980075.2794716438?sp_atk=4c21f3ed-73ba-4dee-8156-842c92caca62&xptdk=4c21f3ed-73ba-4dee-8156-842c92caca62
Voer Royal 300 gram	25 pcs	5 pcs	Tokopedia: https://www.tokopedia.com/royalindonesia/pakan-khusus-untuk-burung-pemakan-serangga-voer-royal?extParam=src%3Dshop%26whid%3D2127027
		3 pcs	Shopee: https://shopee.co.id/pakan-burung-khusus-untuk-burung-pemakan-serangga-Voer-Royal-300gr-extra-i.33980075.1586131626?sp_atk=81464fab-cbb5-41f5-8d41-2b86a64e36eb&xptdk=81464fab-cbb5-41f5-8d41-2b86a64e36eb
Voer Royal Anis Merah dan Kembang 250 gram	37 pcs	7 pcs	Tokopedia: https://www.tokopedia.com/royalindonesia/pur-pakan-burung-anis-voer-royal?extParam=src%3Dshop%26whid%3D2127027
		0 pcs	Shopee: https://shopee.co.id/pur-pakan-burung-anis-premium-voer-royal-250gr-i.33980075.4681132346?sp_atk=f52e718c-148a-4f1e-bd50-ce0000954af9&xptdk=f52e718c-148a-4f1e-bd50-ce0000954af9
Voer Royal Cucak Ijo/Rowo 300 gram	51 pcs	27 pcs	Tokopedia: https://www.tokopedia.com/royalindonesia/pur-pakan-voer-burung-cucak-ijo-300-gr-royal?extParam=src%3Dshop%26whid%3D2127027
		20 pcs	Shopee: https://shopee.co.id/pur-pakan-burung-cucak-ijo-voer-royal-i.33980075.15939425762?sp_atk=610cc2d2-b4c1-4055-85ba-fd19ec470253&xptdk=610cc2d2-b4c1-4055-85ba-fd19ec470253
Voer Royal Tledekan Gunung dan Bakau 250 gram	24 pcs	0 pcs	Tokopedia: https://www.tokopedia.com/royalindonesia/pakan-burung-tledekan-voer-royal-mikro-pellet-250gr?extParam=src%3Dshop%26whid%3D2127027
		2 pcs	Shopee: https://shopee.co.id/voer-royal-spesial-tledekan-gunung-dan-bakau-i.33980075.10586070289?sp_atk=8a48d62d-c2e5-4481-9af3-8b839c20ef34&xptdk=8a48d62d-c2e5-4481-9af3-8b839c20ef34
Voer Royal Anakan 250	34	0 pcs	Tokopedia: https://www.tokopedia.com/royalindonesia/voer-royal-

gram		pakan-khusus-untuk-anakan-burung-murai-kacer?extParam=src%3Dshop%26whid%3D2127027
	0 pcs	Shopee: https://shopee.co.id/Voer-royal-pakan-khusus-untuk-anakan-burung-murai-i.33980075.25817984488?sp_atk=395fe5e4-3edb-4f73-a1bb-27d1293672b8&xptdk=395fe5e4-3edb-4f73-a1bb-27d1293672b8

6.3.3. Target Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi merujuk pada jumlah produk pakan burung yang dihasilkan oleh mitra. Sebelum pelaksanaan PKM, rata-rata produksi per minggu berkisar antara 8 hingga 10 kg, tergantung pada stok dan penjualan. Oleh karena itu, produksi bulanan mencapai sekitar 200 kemasan untuk semua jenis produk. Setelah pelaksanaan PKM, mitra mampu memproduksi minimal 350 kemasan untuk semua jenis produk, yang berarti terjadi peningkatan kapasitas produksi sebesar 75%. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh penambahan mesin pencetak pelet dan mesin oven untuk proses pengeringan. Sebelumnya, mitra hanya memiliki satu unit mesin pencetak pelet, namun kini mitra memiliki tambahan alat pencetak pelet yang lebih modern dari segi teknologi. Mesin ini mampu mencetak dengan kapasitas 200 kg per jam. Selain itu, waktu produksi juga mengalami efisiensi yang signifikan. Sebelum pelaksanaan PKM, proses pengeringan pelet setelah dicetak dilakukan dengan bantuan sinar matahari selama \pm 8 jam, dengan asumsi tidak ada hujan atau mendung. Kini, mitra memiliki mesin pengering oven yang hanya membutuhkan waktu \pm 1 jam untuk proses pengeringan pelet sebelum dikemas. Dengan demikian, target peningkatan kapasitas produksi minimal 50% untuk semua jenis produk dinyatakan tercapai.

SIMPULAN

Pelaksanaan PKM sudah terlaksana dengan baik. Permasalahan mitra pada aspek pemasaran dan aspek produksi sudah berhasil terselesaikan melalui skema pelatihan dan bimbingan secara terstruktur yang dilakukan oleh tim PKM. Capaian pada aspek pemasaran adalah (1) kemasan produk mitra menjadi lebih menarik dan profesional, (2) peningkatan omzet penjualan produk pakan burung sebesar 111%, (3) penjualan produk pakan burung terjual diluar provinsi bali sebanyak 34% dan capaian pada aspek produksi adalah peningkatan kapasitas produksi sebanyak 75%, dengan tambahan alat/mesin berteknologi modern.

SARAN

Kegiatan ini memerlukan aktifitas yang berkelanjutan antara pihak kampus dengan mitra pengabdian, selanjutnya adalah penjualan produk bisa dikembangkan ke platform *e-commerce* lain seperti bukalapak dan olx, serta untuk promosi produk bisa menggunakan platform tiktok, dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan produk lebih maksimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) KEMDIKBUDRISTEK atas dukungan pendanaan yang memungkinkan terlaksananya pengabdian ini. Penulis juga berterima kasih kepada ITB STIKOM Bali sebagai institusi yang telah memberikan fasilitas dan dukungan penuh selama proses pengabdian berlangsung

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Nirwana, Sudarmiatin, & Melany. (2023). Implementation of Artificial Intelligence in Digital Marketing Development: a Thematic Review and Practical Exploration. *Jurnal Manajemen Bisnis, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 85–112. <https://doi.org/10.55927/jambak.v2i1.4034>
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2486>
- Bisri, C., Bancin, H., Aznur, M., Panjaitan, M. A., Suyadi, N. A., & Sitompul, S. (2023). Analisis dan Desain Aplikasi Penjualan Bagi UMKM Berbasis Cloud Computing. *Jurnal Komputer Teknologi Informasi Dan Sistem Informasi (JUKTISI)*, 1(3), 185–191. <https://doi.org/10.62712/juktisi.v1i3.39>
- Fiky Binti Zakiyah, Madia Mutiara Andini, & Lyca Shelya Dewi. (2024). Analisis Pengaruh Modernisasi Terhadap Perkembangan Ekonomi Pada UMKM Makanan Viral Wonton. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(2), 361–367. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v2i2.2004>
- Khaerudin, M., H. A. A., & Achmad, H. (2024). PELATIHAN PEMBUATAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA DI DESA WANAJAYA CIBITUNG. 3(1), 1–6.
- Muawwal, A., Ulum Ilham, B., Renny, & Hasniati. (2024). Penggunaan Teknologi AI dan Strategi Pemasaran Digital untuk Mendorong Pertumbuhan Penjualan Usaha Kecil Menengah di Wilayah Sulawesi Selatan. *Jurnal Sipissanggi*, 4(1), 1–9. <https://doi.org/10.35329/jurnal.v4i1>
- Muharom;Siswadi. (2020). Perancangan Desain Inovasi Pada Mesin Produksi Kue Pudak Berbasis Prioritas

Keinginan Konsumen Dengan Metode QFD dan AHP Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah berkontribusi Kelurahan Lumpur Kabupaten Gresik. Dimana di Kelurahan terse. *Jurnal Mesin Nusantara*, 3(2), 62-71.

- Panggayu, D. A., & Widodo, E. (2021). Pengaruh Jenis Pakan Terhadap Pertumbuhan Bulun dan Performa Love Bird. *Jurnal Nutrisi Ternak Tropis*, 4(1), 15-23. <https://doi.org/10.21776/ub.jnt.2021.004.01.2>
- Polgan, J. M., Ningsih, S., Tjahjono, B., & Unggul, U. E. (2024). *Digital Marketing Innovation for MSMEs through ChatGPT Integration and Management Information Systems: A Technological Transformation Approach for Competitive Advantage*. 13.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rumetna, M. S. (2018). PEMANFAATAN CLOUD COMPUTING PADA DUNIA BISNIS: STUDI LITERATUR. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(3), 305-314. <https://doi.org/10.25126/jtiik.201853595>
- Subroto, E., Ernah, & Indiarso, R. (2023). Peningkatan mutu, produksi, dan daya saing ukm olahan pisang dan singkong dalam upaya kebangkitan UKM pasca pandemi. *Jurnal Agro Dedikasi Masyarakat (JADM)*, 4(1), 1-10. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jadm>