



**SMART RABBIT FARMING: INTEGRASI BISNIS DIGITAL DALAM
PENGEMBANGAN USAHA PETERNAKAN OMAH KELINCI
KOTA LUBUKLINGGAU**

Riswandha Imawan Lingga^{1*}, Fitri Yanti², Anggia Syafitri³, Rian Octavianie⁴, Dina Nellysa⁵

^{1 2 3}Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Musi Rawas

^{4 5}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Musi Rawas

*email : riswandhaimawanlingga@gmail.com

ABSTRAK

Pengembangan sektor peternakan berbasis teknologi menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha mikro di bidang agribisnis. Peternakan kelinci merupakan salah satu usaha yang memiliki potensi ekonomi tinggi karena tingkat reproduksi yang cepat, kebutuhan modal relatif rendah, serta peluang pasar yang terus berkembang. Namun, sebagian besar pelaku usaha peternakan kelinci masih menghadapi kendala dalam manajemen usaha, pencatatan produksi, serta keterbatasan akses pemasaran, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengimplementasikan konsep Smart Rabbit Farming, yaitu integrasi teknologi digital dalam sistem produksi, manajemen, dan pemasaran usaha peternakan kelinci di Omah Kelinci Kota Lubuklinggau. Kegiatan ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dengan metode pelatihan, pendampingan, serta implementasi teknologi berbasis digital seperti aplikasi pencatatan produksi, pemanfaatan media sosial, dan marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peternak terhadap manajemen usaha modern, peningkatan efisiensi pencatatan produksi, serta perluasan jangkauan pemasaran hingga ke luar daerah. Selain itu, digitalisasi usaha juga berdampak pada peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha peternakan. Dengan demikian, penerapan Smart Rabbit Farming terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas usaha peternakan kelinci berbasis digital dan dapat menjadi model pengembangan agribisnis modern di daerah.

Kata kunci: Smart Farming, Digitalisasi, Peternakan Kelinci, Agribisnis, UMKM

ABSTRACT

Technology-based development in the livestock sector has become one of the key strategies for improving the productivity and competitiveness of micro-enterprises in agribusiness. Rabbit farming represents a promising business opportunity due to its high reproductive rate, relatively low investment requirements, and increasing market demand. However, most rabbit farming enterprises continue to face challenges related to business management, production record-keeping, and limited market access, particularly in adopting digital technologies. This Community Partnership Program (PKM) aimed to implement the **Smart Rabbit Farming** concept through the integration of digital technologies into the production, management, and marketing systems of rabbit farming at Omah Kelinci, Lubuklinggau City. The program employed a participatory approach involving training, mentoring, and the implementation of digital-based technologies, including production recording applications, social media utilization, and online marketplace platforms. The results demonstrated a significant improvement in farmers' knowledge and skills in modern business management, increased efficiency in production data recording, and expanded marketing networks beyond the local area. Furthermore, the adoption of digital technologies contributed to higher business income and enhanced enterprise sustainability. Therefore, the implementation of Smart Rabbit Farming proved to be an effective strategy for strengthening the digital capacity of rabbit farming enterprises and has the potential to serve as a model for modern agribusiness development in the region.

Keywords: Smart Rabbit Farming, Digitalization, Rabbit Farming, Agribusiness, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs)





PENDAHULUAN

Sektor peternakan merupakan bagian penting dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya dalam mendukung ketahanan pangan dan pemberdayaan masyarakat. Salah satu komoditas yang memiliki potensi besar namun belum dimanfaatkan secara optimal adalah kelinci. Kelinci memiliki berbagai keunggulan, seperti tingkat reproduksi yang tinggi, masa panen yang relatif singkat, serta kemampuan adaptasi yang baik terhadap berbagai kondisi lingkungan (Kuswanto, 2012).

Selain sebagai sumber protein hewani, kelinci juga memiliki nilai ekonomi lain seperti sebagai hewan hias dan penghasil pupuk organik dari limbah kotorannya. Menurut Mondin et al. (2021), usaha peternakan kelinci memiliki potensi ekonomi yang tinggi apabila dikelola secara profesional dan terintegrasi dengan sistem pemasaran yang baik.

Namun, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar peternak masih menggunakan metode konvensional, terutama dalam pencatatan produksi dan pemasaran. Hal ini menyebabkan rendahnya efisiensi usaha serta keterbatasan dalam pengambilan keputusan berbasis data. Selain itu, keterbatasan akses terhadap pasar menjadi hambatan utama dalam meningkatkan skala usaha (Tang & Hasriadi, 2023).

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar untuk mengatasi permasalahan tersebut. Konsep smart farming memungkinkan peternak untuk mengelola usaha secara lebih efisien melalui pemanfaatan teknologi informasi, seperti aplikasi pencatatan, sistem monitoring, serta pemasaran digital (Suebsombut et al., 2023).

Di Kota Lubuklinggau, usaha peternakan kelinci yang dikelola oleh Omah Kelinci memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Namun, usaha ini masih menghadapi kendala dalam manajemen usaha dan pemasaran digital. Oleh karena itu, diperlukan suatu program pengabdian yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dalam pengembangan usaha peternakan kelinci.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema *Smart Rabbit Farming: Integrasi Bisnis Digital dalam Pengembangan Usaha Peternakan Omah Kelinci Kota Lubuklinggau* dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan berbasis pemberdayaan masyarakat. Pendekatan ini menempatkan mitra, yaitu peternak Omah Kelinci, sebagai subjek utama dalam kegiatan, sehingga mereka terlibat secara aktif dalam setiap tahapan program, mulai





dari perencanaan hingga evaluasi. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara sistematis dalam beberapa tahapan, yaitu identifikasi masalah, pelatihan, implementasi teknologi, pendampingan, dan evaluasi.

Tahap awal dimulai dengan identifikasi masalah melalui observasi lapangan dan wawancara langsung dengan peternak. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali kondisi riil usaha peternakan, termasuk sistem manajemen yang digunakan, metode pencatatan produksi, serta strategi pemasaran yang telah diterapkan. Selain itu, dilakukan analisis kebutuhan untuk menentukan solusi yang tepat sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mitra. Hasil dari tahap ini menjadi dasar dalam penyusunan program pelatihan dan pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan peternak.

Tahap selanjutnya adalah pelatihan dan sosialisasi yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola usaha peternakan secara modern. Materi pelatihan meliputi manajemen usaha peternakan, pencatatan keuangan berbasis digital, strategi pemasaran digital, serta penguatan branding produk. Pelatihan dilakukan secara interaktif dengan metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung agar peserta dapat memahami materi dengan baik dan mampu mengaplikasikannya dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Setelah pelatihan, dilakukan tahap implementasi teknologi sebagai inti dari program Smart Rabbit Farming. Pada tahap ini, peternak mulai diperkenalkan dan dibimbing dalam penggunaan aplikasi pencatatan produksi dan keuangan berbasis digital, seperti pencatatan jumlah ternak, siklus reproduksi, serta hasil penjualan. Selain itu, dilakukan pembuatan dan optimalisasi akun media sosial bisnis serta pemanfaatan marketplace sebagai sarana pemasaran produk. Implementasi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi usaha serta memperluas jangkauan pasar. Tahap berikutnya adalah pendampingan yang dilakukan secara intensif dan berkelanjutan. Tim pengabdian memberikan bimbingan teknis kepada peternak dalam mengoperasikan teknologi yang telah diperkenalkan, serta membantu dalam menyelesaikan permasalahan yang muncul selama proses implementasi. Pendampingan juga mencakup monitoring perkembangan usaha, evaluasi strategi pemasaran, serta penguatan manajemen usaha agar dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

Tahap akhir adalah evaluasi kegiatan yang bertujuan untuk mengukur keberhasilan program yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test untuk mengetahui peningkatan pengetahuan peserta, serta analisis terhadap perubahan kinerja



usaha seperti peningkatan penjualan, efisiensi operasional, dan pemanfaatan teknologi digital. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan sebagai bahan perbaikan dan pengembangan program ke depan agar dapat memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan bagi masyarakat.



Gambar 1. Alur pelaksanaan kegiatan pendampingan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kelurahan Marga Mulya, rangkaian kegiatan telah selesai dilaksanakan dari tanggal 02 Januari sampai dengan 03 April 2026 dengan lancar sesuai dengan program kerja yang telah disusun.





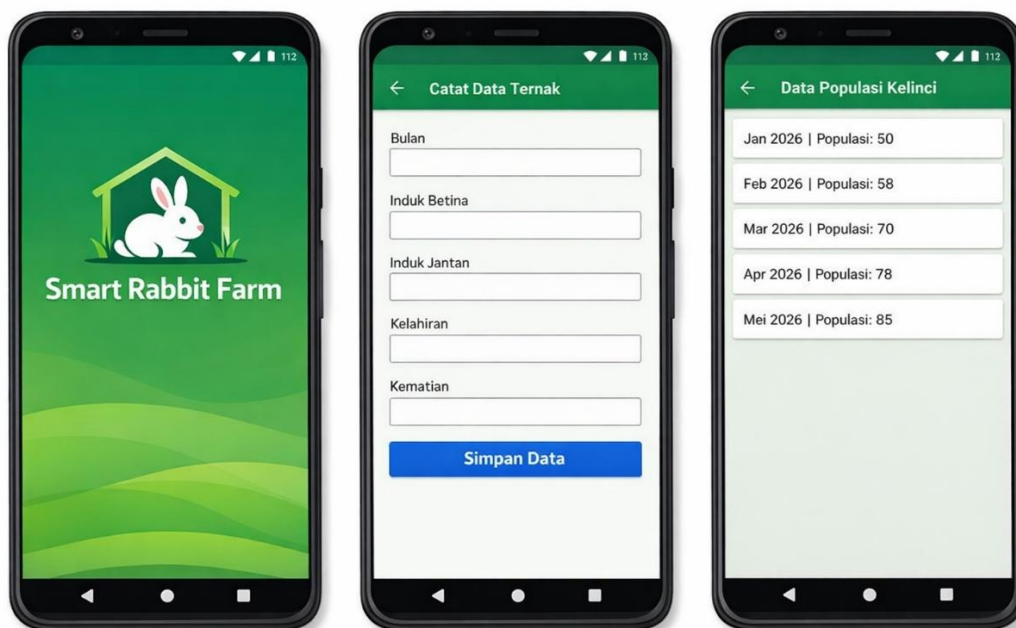
Gambar 2. Observasi dan pelatihan

Pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema *Smart Rabbit Farming* di Omah Kelinci Kota Lubuklinggau memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas peternak, baik dari sisi manajerial maupun pemanfaatan teknologi digital. Berdasarkan hasil evaluasi melalui pre-test dan post-test, terjadi peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep manajemen usaha, pencatatan keuangan, serta strategi pemasaran digital. Sebelum pelaksanaan kegiatan, peternak belum memiliki sistem pencatatan yang terstruktur dan masih mengandalkan metode konvensional. Namun, setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, peternak mulai memahami pentingnya pencatatan berbasis data dalam mendukung pengambilan keputusan usaha yang lebih tepat dan terarah.

Implementasi teknologi digital menjadi salah satu capaian utama dalam program ini. Peternak telah mulai menggunakan aplikasi sederhana untuk mencatat jumlah ternak, siklus reproduksi, serta hasil penjualan secara berkala. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Peternak yang



sebelumnya hanya mengandalkan penjualan secara langsung (offline), kini mulai aktif memasarkan produknya melalui platform digital seperti Instagram, Facebook, dan marketplace. Hal ini sejalan dengan temuan Wibowo et al. (2024) yang menyatakan bahwa digitalisasi dalam peternakan mampu meningkatkan efisiensi usaha serta memperluas akses pasar.



Gambar 3. Aplikasi Pencatatan Produksi

Dari aspek pemasaran, program ini berhasil meningkatkan jangkauan pasar produk peternakan kelinci. Sebelum program dilaksanakan, pemasaran produk masih terbatas pada lingkungan sekitar. Namun setelah adanya pendampingan dalam digital marketing, produk kelinci mulai dikenal oleh konsumen di luar wilayah Lubuklinggau. Strategi pemasaran yang dilakukan meliputi pembuatan konten promosi, penggunaan foto produk yang menarik, serta interaksi aktif dengan konsumen melalui media sosial. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), pemanfaatan digital marketing dapat meningkatkan visibilitas



produk secara signifikan dan memberikan peluang lebih besar dalam meningkatkan penjualan.



Gambar 4. Produk yang sudah dijual di marketplace

Selain itu, program ini juga mendorong adanya peningkatan nilai tambah produk melalui inovasi dan diversifikasi usaha. Peternak tidak hanya menjual kelinci hidup, tetapi juga mulai mengembangkan produk turunan seperti daging kelinci siap konsumsi dan pupuk organik dari limbah ternak. Inovasi ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai ekonomi usaha. Susanti et al. (2024) menyatakan bahwa diversifikasi produk dalam agribisnis dapat meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk di pasar. Dari sisi ekonomi, program ini memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan peternak. Meskipun belum signifikan dalam jangka pendek, namun terdapat tren peningkatan penjualan setelah penerapan strategi digital marketing. Selain itu, efisiensi operasional juga meningkat karena peternak mulai mampu mengelola usaha secara lebih sistematis dan berbasis data. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam usaha peternakan memiliki potensi besar dalam meningkatkan keberlanjutan usaha.





Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa penerapan konsep *Smart Rabbit Farming* mampu memberikan solusi terhadap permasalahan utama yang dihadapi peternak, khususnya dalam aspek manajemen usaha dan pemasaran. Program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas peternak, tetapi juga membuka peluang pengembangan usaha yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital. Namun demikian, keberlanjutan program tetap memerlukan pendampingan lanjutan serta komitmen dari peternak dalam mengimplementasikan teknologi secara konsisten agar manfaat yang diperoleh dapat terus berkembang di masa mendatang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan tema *Smart Rabbit Farming: Integrasi Bisnis Digital dalam Pengembangan Usaha Peternakan Omah Kelinci Kota Lubuklinggau*, dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil meningkatkan kapasitas peternak dalam mengelola usaha secara lebih modern dan berbasis teknologi. Melalui kegiatan pelatihan, implementasi, dan pendampingan, peternak mengalami peningkatan pemahaman dalam aspek manajemen usaha, pencatatan keuangan, serta strategi pemasaran digital.

Penerapan teknologi digital dalam bentuk aplikasi pencatatan produksi dan pemanfaatan media sosial serta marketplace terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, adanya inovasi produk dan diversifikasi usaha turut memberikan nilai tambah bagi usaha peternakan kelinci. Dampak ekonomi yang dirasakan antara lain adanya peningkatan penjualan, efisiensi biaya operasional, serta bertambahnya jumlah pelanggan. Secara keseluruhan, konsep *Smart Rabbit Farming* dapat menjadi solusi strategis dalam pengembangan usaha peternakan kelinci yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Program ini juga menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam sektor peternakan skala kecil mampu memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kualitas usaha dan kesejahteraan peternak.





Saran

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan program ke depan.

1. Pertama, diperlukan pendampingan lanjutan secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa peternak mampu mengimplementasikan teknologi digital secara konsisten dan optimal dalam kegiatan usahanya. Pendampingan ini penting untuk mengatasi kendala teknis yang mungkin muncul serta memperkuat adaptasi peternak terhadap perubahan teknologi.
2. Kedua, perlu dilakukan pengembangan sistem digital yang lebih terintegrasi, misalnya melalui aplikasi khusus peternakan yang mencakup pencatatan produksi, manajemen keuangan, hingga pemasaran dalam satu platform. Hal ini akan semakin meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam pengelolaan usaha.
3. Ketiga, penguatan aspek branding dan pemasaran digital perlu terus ditingkatkan, termasuk melalui pembuatan konten kreatif, optimalisasi media sosial, serta pemanfaatan strategi pemasaran berbasis data. Selain itu, kerja sama dengan pihak lain seperti pemerintah daerah, komunitas peternak, dan platform digital juga perlu diperluas untuk mendukung pengembangan usaha.
4. Keempat, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk institusi pendidikan dan pemerintah, dalam bentuk pelatihan lanjutan, bantuan teknologi, serta akses permodalan bagi peternak. Dukungan ini akan mempercepat transformasi digital di sektor peternakan dan meningkatkan daya saing usaha secara keseluruhan.

Dengan adanya tindak lanjut dan pengembangan program secara berkelanjutan, diharapkan konsep *Smart Rabbit Farming* dapat diadopsi secara lebih luas dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat, khususnya dalam pengembangan agribisnis berbasis digital di daerah.





DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, S., & Handoko, H. B. (2020). Model bisnis peternakan kelinci dalam meningkatkan nilai tambah usaha agribisnis. *Jurnal Ilmu dan Industri Peternakan*, 6(2), 120–130.
- BPS. (2023). *Statistik Peternakan dan Kesehatan Hewan Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Dinas Peternakan Sumatera Selatan. (2022). *Laporan Pengembangan Peternakan Rakyat*. Palembang.
- FAO. (2020). *Rabbit Production Systems and Sustainability*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- García, M. L., & Carabaño, R. (2019). Rabbit production and global trends. *World Rabbit Science*, 27(3), 123–130.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kuswanto. (2012). *Analisis Usaha Ternak Kelinci di Kabupaten Bogor*. Institut Pertanian Bogor.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson.
- Mondin, C., Dal Bosco, A., Castellini, C., & Mugnai, C. (2021). The economics of rabbit farming: A review. *Animals*, 11(11), 3040. <https://doi.org/10.3390/ani11113040>
- Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Setiawan, B., & Nugroho, A. (2021). Digitalisasi UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 201–210.
- Siregar, A., & Harahap, R. (2022). Strategi pemasaran digital untuk UMKM peternakan. *Jurnal Agribisnis Modern*, 5(1), 45–55.
- Suebsombut, P., et al. (2023). Smart farming trends and applications in agriculture. *arXiv Preprint*, arXiv:2310.05926.





- Susanti, S., Widodo, S., & Nurhayati, T. (2024). Inovasi produk olahan kelinci sebagai upaya peningkatan nilai tambah usaha peternakan. *Jurnal Agrokreatif*, 10(1), 45–55.
- Tang, M., & Hasriadi. (2023). Analysis of rabbit farming business and marketing strategies. *International Journal of Research in Engineering and Technology*, 12(3), 85–92.
- Utami, S. W., Prasetyo, E., & Lestari, D. (2022). Manajemen keuangan dalam usaha peternakan rakyat. *Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian*, 8(1), 60–70.
- Wibowo, R. P., Siregar, H., & Nasution, A. (2024). Digitalisasi peternakan kelinci sebagai upaya peningkatan produktivitas usaha. *Jurnal Teknologi dan Sistem Ternak*, 5(1), 15–25.
- Wolfert, S., Ge, L., Verdouw, C., & Bogaardt, M. J. (2017). Big data in smart farming: A review. *Agricultural Systems*, 153, 69–80.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Sage Publications.

