**STRUKTUR ISIAN PROPOSAL P2MW (KATEGORI BISNIS DIGITAL)**

**I. Latar Belakang**

Peternakan unggas mikro di Madura merupakan salah satu sektor ekonomi rakyat yang potensial namun belum terkelola secara efisien. Mayoritas peternak di wilayah ini masih mengandalkan metode konvensional dalam manajemen kandang, seperti pencatatan manual menggunakan buku tulis, pemberian pakan tanpa jadwal terstruktur, serta menghadapi keterbatasan akses pasar untuk menjual hasil panen secara langsung. Hal ini berdampak pada tingginya biaya operasional, rendahnya produktivitas, serta ketidakstabilan pendapatan.

digitalisasi di sektor peternakan unggas mikro hampir belum tersentuh. Aplikasi manajemen kandang yang tersedia di pasar saat ini lebih banyak ditujukan bagi peternakan berskala besar, dengan sistem dan perangkat yang mahal serta membutuhkan koneksi internet stabil—sesuatu yang masih menjadi tantangan di beberapa wilayah pedesaan Madura.

Melihat tantangan dan peluang tersebut, tim Monaz Digital Development menginisiasi **e-Poultry**, sebuah platform berbasis **mobile application** dan **web app** dengan pendekatan **mobile-first** dan terintegrasi dengan alat **e-Feeder**, yakni perangkat IoT pemberi pakan otomatis berbasis timer. Tujuannya adalah menghadirkan solusi digital terjangkau bagi peternak unggas skala mikro dan kecil.

Dengan pendekatan **low-cost automation**, e-Poultry tidak hanya mendigitalisasi proses pencatatan populasi, pertumbuhan, kematian, panen, dan jadwal pakan, tetapi juga menyediakan fitur tambahan seperti **marketplace internal** dan layanan pembiayaan “**Kabayan (Kasih Bayar Nanti)**”. Platform ini dirancang kompatibel dengan smartphone Android sederhana dan peramban web dengan pengalaman pengguna yang tetap optimal, bahkan pada jaringan internet terbatas.

Proposal ini diajukan dalam skema **P2MW 2025 Tahapan Awal**, pada kategori **Bisnis Digital**, dengan lokasi usaha berada di **Kabupaten Pamekasan, Madura**.

**II. Deskripsi Usaha**

**1. Problem & Solution Fit (25%)**

**Permasalahan**

Peternak unggas mikro dan kecil di wilayah Madura, khususnya di Kabupaten Pamekasan, menghadapi sejumlah tantangan fundamental yang menghambat produktivitas dan efisiensi usaha mereka. Beberapa permasalahan utama yang berhasil diidentifikasi melalui survei dan wawancara lapangan terhadap 22 peternak adalah:

1. **Manajemen pemberian pakan yang tidak terjadwal dan tidak terkontrol**, sehingga menyebabkan pemborosan dan inefisiensi biaya operasional harian.
2. **Ketiadaan sistem pencatatan digital** terkait populasi, pertumbuhan, angka kematian, dan hasil panen unggas, yang menyebabkan lemahnya pengambilan keputusan berbasis data.
3. **Akses pasar terbatas**, karena hasil panen sering kali hanya dijual melalui tengkulak dengan margin keuntungan minim.
4. **Terbatasnya akses pembiayaan** untuk kebutuhan pembelian pakan atau modal harian, terutama bagi peternak dengan skala <500 ekor dan keterbatasan literasi keuangan.

**Solusi Digital yang Ditawarkan**

Untuk menjawab masalah tersebut, kami mengembangkan **e-Poultry**, sebuah **platform digital berbasis mobile app dan web app** yang terintegrasi dengan perangkat IoT bernama **e-Feeder** (alat pemberi pakan otomatis berbasis timer).

Solusi yang ditawarkan mencakup:

* **Manajemen kandang digital**: Pencatatan populasi, pertumbuhan, kematian, dan hasil panen secara real-time melalui aplikasi.
* **Automasi pemberian pakan**: Menggunakan alat **e-Feeder** untuk mengatur jadwal pemberian pakan secara otomatis, meningkatkan efisiensi pakan dan produktivitas.
* **Marketplace internal**: Untuk pembelian pakan dan penjualan hasil panen langsung ke pasar atau mitra pembeli.
* **Fitur Kabayan (Kasih Bayar Nanti)**: Layanan berbasis mitra keuangan untuk menyediakan skema pembiayaan mikro pakan dengan model cicilan ringan.

**Validasi Permasalahan dan Solusi**

Validasi telah dilakukan melalui pendekatan **problem–solution fit** kepada 22 peternak ayam skala mikro (100–500 ekor) di tiga kecamatan di Kabupaten Pamekasan. Hasilnya menunjukkan bahwa:

* **82% peternak menyatakan tertarik menggunakan sistem pemberi pakan otomatis dan aplikasi pencatatan**
* **68% peternak menyebutkan mengalami kesulitan dalam mengatur jadwal pemberian pakan dan mencatat produksi**
* **76% menunjukkan ketertarikan terhadap skema Kabayan untuk pembiayaan pakan, terutama saat harga pakan naik**

**Deskripsi Prototipe Produk**

* **e-Poultry App (Android):** Aplikasi ringan berbasis Android dengan fitur utama pencatatan populasi ternak, input hasil panen, laporan keuangan sederhana, serta notifikasi jadwal pemberian pakan.
* **e-Feeder IoT**: Prototipe alat pemberi pakan otomatis berbasis **timer digital** yang terhubung ke aplikasi melalui sistem input manual (belum IoT real-time).
* Aplikasi dirancang agar tetap responsif ketika dijalankan pada perangkat low-end (RAM 2GB) dan dalam kondisi koneksi internet yang terbatas. Pengujian lebih lanjut akan dilakukan untuk memastikan performa tetap optimal pada kondisi tersebut.

**Unique Selling Proposition (USP)**

* **All-in-one system** untuk manajemen kandang + automasi pakan + marketplace + keuangan mikro
* **Biaya rendah dan .aksesibilitas tinggi**, dirancang khusus untuk peternak mikro di pedesaan.
* **Antarmuka sederhana dan ramah pengguna**, tidak membutuhkan pelatihan teknis.
* **Fokus lokal dan berbasis kebutuhan riil** peternak Madura.

**2. Market Analysis (15%)**

**1. Segmentasi**

Pasar utama e-Poultry adalah para **peternak ayam broiler dan ayam petelur skala mikro dan kecil**, khususnya yang tersebar di pedesaan wilayah Madura. Mereka umumnya menjalankan usaha dengan populasi ternak kurang dari 500 ekor, menggunakan metode konvensional dalam manajemen kandang. Kelompok ini memiliki keterbatasan dalam mencatat perkembangan populasi ternak, melakukan penghitungan kebutuhan pakan secara akurat, dan menjangkau pasar secara langsung.

Dari hasil pengamatan dan survei awal, para peternak mikro ini memiliki potensi besar untuk ditingkatkan produktivitasnya jika mereka diberikan akses terhadap teknologi yang sederhana, relevan, dan terjangkau. Segmentasi pasar ini juga mencakup peternak mandiri dan kelompok tani ternak di bawah naungan dinas atau lembaga lokal, yang selama ini belum tersentuh solusi digitalisasi kandang.

**2. Targeting**

e-Poultry secara strategis menargetkan **peternak mikro yang sudah memiliki smartphone Android dan akses internet dasar**, namun belum memiliki pengalaman dalam menggunakan aplikasi manajemen ternak. Mereka terbiasa menggunakan aplikasi seperti WhatsApp atau YouTube, namun belum pernah mengakses sistem digital yang berkaitan langsung dengan usaha ternaknya.

Sasaran ini dipilih karena dua alasan utama. Pertama, secara teknis mereka **sudah siap dari sisi perangkat dan konektivitas**, meskipun masih terbatas. Kedua, mereka **masih mengalami tantangan nyata** dalam hal efisiensi pakan, pencatatan data ternak, serta kesulitan dalam mengakses pasar atau pembiayaan. Dengan menyasar pengguna yang berada pada tahap ini, e-Poultry dapat memberikan dampak nyata yang terasa secara langsung dalam operasional sehari-hari mereka.

**3. Positioning**

Dalam lanskap solusi digital peternakan yang masih sangat terbatas di Madura, e-Poultry diposisikan sebagai **solusi digital manajemen kandang pertama yang dirancang khusus untuk peternak unggas skala kecil**. Bukan hanya sekadar aplikasi pencatatan, e-Poultry juga menyediakan **alat pemberi pakan otomatis (e-Feeder)**, **marketplace internal**, serta fitur **Kabayan (Kasih Bayar Nanti)** sebagai inovasi pembiayaan mikro.

Keunggulan utama e-Poultry terletak pada **pendekatan teknologi yang bersahabat dan biaya layanan yang rendah**, membuatnya sangat relevan dengan konteks peternak di pedesaan. Aplikasi ini didesain mobile-first, kompatibel dengan perangkat Android sederhana, dan mampu berfungsi dengan baik pada jaringan internet yang tidak stabil. Kombinasi antara fungsi praktis, kemudahan penggunaan, dan nilai sosial menjadikan e-Poultry sebagai platform yang tidak hanya menghadirkan efisiensi, tetapi juga memberdayakan peternak kecil secara berkelanjutan.

**4. Analisis Kompetitor**

**1. Kompetitor Langsung dan Tidak Langsung**

Dalam lanskap digitalisasi sektor peternakan, saat ini belum banyak solusi yang secara spesifik menyasar **peternakan unggas skala mikro**, khususnya di wilayah rural seperti Madura. Namun, jika dilihat secara luas, terdapat dua kelompok kompetitor yang perlu diperhatikan.

**Kompetitor langsung** adalah metode konvensional yang masih dominan digunakan peternak unggas mikro, yaitu **pencatatan manual dengan buku tulis**, serta penggunaan **Microsoft Excel** untuk yang sudah mengenal komputer. Meski sederhana, metode ini menjadi alternatif utama karena tidak memerlukan biaya dan mudah dipahami. Namun, keduanya tidak mampu menawarkan automasi, integrasi data, atau efisiensi jangka panjang.

Sementara itu, **kompetitor tidak langsung** berasal dari sektor agritech yang menyasar segmen berbeda. Salah satu yang paling dikenal adalah **eFishery**, sebuah platform digital dan perangkat IoT yang membantu pembudidaya ikan dan udang dalam manajemen pakan dan finansial. Meskipun produknya canggih dan telah mendapatkan pendanaan besar, eFishery secara teknis tidak bersaing langsung dengan e-Poultry karena fokus pasarnya adalah aquaculture dan skala menengah ke atas.

**2. Perbedaan dan Potensi Persaingan**

Perbedaan utama antara e-Poultry dan solusi yang ada saat ini terletak pada **fokus pengguna**, **teknologi yang digunakan**, dan **pendekatan biaya**.

* **Dari sisi fokus**, e-Poultry secara eksklusif dirancang untuk peternak unggas skala kecil—segmen yang belum tersentuh oleh solusi digital nasional. Sementara eFishery dan agritech lainnya lebih berorientasi pada petani atau peternak besar yang memiliki kemampuan finansial dan akses teknologi lebih tinggi.
* **Dari sisi teknologi**, e-Poultry mengusung **low-cost automation**, dengan prototipe IoT yang dapat bekerja secara lokal menggunakan sistem timer, tanpa memerlukan koneksi real-time atau cloud. Hal ini memungkinkan pengguna dengan keterbatasan internet tetap bisa merasakan manfaat teknologi secara langsung.
* **Dari sisi biaya**, e-Poultry menerapkan model berlangganan dan sewa alat dengan harga sangat terjangkau, yakni mulai dari Rp15.000–50.000 per bulan. Ini jauh di bawah harga layanan atau perangkat dari kompetitor besar, yang kerap dibanderol jutaan rupiah dan tidak sesuai dengan daya beli peternak mikro.

Melalui pendekatan ini, e-Poultry mengisi celah yang selama ini kosong—menghubungkan peternak skala kecil dengan teknologi tanpa mempersulit atau membebani mereka secara finansial.

**3. Strategi Bersaing**

Strategi bersaing e-Poultry tidak bertumpu pada pertarungan teknologi tingkat tinggi, tetapi pada **pendekatan adaptif, inklusif, dan relevan secara lokal**. Kami memahami bahwa peternak mikro lebih menghargai kemudahan, kejelasan manfaat, dan dukungan langsung dibanding fitur teknis yang kompleks.

Beberapa strategi utama yang diterapkan antara lain:

* **Fokus pada edukasi pengguna dan adopsi teknologi yang progresif**. Melalui pendekatan berbasis komunitas, demo langsung, dan dukungan penyuluh lokal, e-Poultry membangun kedekatan emosional dengan pengguna.
* **Penyederhanaan fitur dan desain** untuk memastikan pengguna tidak perlu memiliki latar belakang teknis untuk bisa menjalankan aplikasi dan alat otomatis. Aplikasi dan perangkat kami didesain agar dapat digunakan hanya dengan beberapa kali klik atau pengaturan sederhana.
* **Model harga fleksibel dan rendah risiko**, seperti skema “coba gratis”, paket bulanan ringan, dan fitur Kabayan yang memungkinkan pembiayaan pakan tanpa pembayaran di muka.

Dengan strategi tersebut, e-Poultry bukan hanya menawarkan solusi digital, tetapi menjadi mitra usaha yang memahami konteks, bahasa, dan tantangan peternak mikro di lapangan. Inilah kekuatan utama kami dalam bersaing dan bertumbuh di pasar yang belum tersentuh ini.

**3. Strategi Pemasaran (15%)**

**1. Sosialisasi**

Langkah pertama dalam membangun pasar pengguna e-Poultry adalah dengan **melakukan sosialisasi secara langsung dan digital melalui saluran komunikasi yang paling dekat dengan kehidupan peternak**. Tiga kanal utama yang akan digunakan adalah:

* **Grup WhatsApp komunitas peternak dan desa**, yang merupakan sarana komunikasi paling populer di kalangan peternak mikro. Tim e-Poultry akan melakukan pengenalan produk melalui pesan terstruktur, video singkat, dan diskusi dua arah di grup-grup ini.
* **Penyuluh peternakan lapangan** akan dilibatkan sebagai mitra strategis dalam menyampaikan informasi dan mengedukasi peternak. Penyuluh dipilih karena memiliki kepercayaan tinggi di kalangan peternak dan menjadi jembatan yang efektif antara teknologi dan praktik tradisional.
* **Pasar ternak tradisional** akan dijadikan titik temu antara tim e-Poultry dan peternak secara langsung. Melalui kegiatan **demo langsung** dan pemberian selebaran edukatif, peternak dapat mencoba aplikasi dan alat e-Feeder secara nyata sambil berdiskusi santai tentang manfaatnya.

Strategi sosialisasi ini berfokus pada **menumbuhkan kepercayaan awal** dan membangun **kesadaran kolektif** di komunitas peternakan setempat.

**2. Promosi**

Promosi dilakukan dengan pendekatan yang meminimalkan risiko bagi pengguna awal sekaligus memaksimalkan efek viral secara organik. Beberapa strategi promosi yang dirancang antara lain:

* **Program uji coba gratis (free trial)** selama 14 hari untuk 30 peternak pertama di Kabupaten Pamekasan. Dalam masa uji coba, mereka dapat menggunakan aplikasi dan alat e-Feeder tanpa biaya untuk merasakan langsung manfaatnya. Pengalaman mereka akan digunakan sebagai testimoni dan studi kasus.
* **Sistem referral berbasis insentif**, di mana setiap peternak yang berhasil mengajak temannya untuk menggunakan e-Poultry akan mendapatkan potongan biaya langganan atau bonus saldo marketplace. Strategi ini dirancang untuk menciptakan efek jejaring (network effect) yang kuat di komunitas peternak.
* **Distribusi video edukatif**, berupa konten singkat berdurasi 1–2 menit dalam Bahasa Indonesia dengan logat lokal, yang menjelaskan cara menggunakan aplikasi, manfaat fitur, serta demonstrasi penggunaan e-Feeder. Video ini akan disebarkan melalui WhatsApp, YouTube, dan Facebook komunitas peternakan.

Strategi promosi e-Poultry berorientasi pada **edukasi, pengalaman langsung, dan insentif sederhana** yang relevan dengan kondisi target pasar.

**3. Hubungan Pelanggan (Customer Relationship)**

Menjaga hubungan yang erat dan berkelanjutan dengan pengguna menjadi prioritas dalam strategi jangka panjang. Oleh karena itu, e-Poultry membangun pendekatan hubungan pelanggan yang aktif dan suportif, melalui:

* **Komunitas WhatsApp pengguna aktif**, sebagai ruang diskusi, berbagi pengalaman, dan tempat menyampaikan keluhan serta masukan. Tim e-Poultry akan hadir secara aktif untuk menjawab pertanyaan dan memberikan dukungan teknis secara langsung.
* **Fitur pengingat otomatis mingguan (weekly reminder)** pada aplikasi, yang akan mengingatkan pengguna untuk mencatat populasi ternak, update pakan, atau meninjau data performa kandang. Hal ini akan mendorong keterlibatan rutin dan disiplin digital.
* **Pendampingan personal berbasis WhatsApp**, di mana satu anggota tim ditugaskan menjadi pendamping pengguna awal, menjembatani kesulitan penggunaan dan mendorong loyalitas melalui komunikasi dua arah yang responsif dan ramah.

Strategi hubungan pelanggan ini dirancang untuk memastikan **pengguna merasa didampingi, tidak dibiarkan sendiri**, dan memiliki ruang untuk tumbuh bersama dengan teknologi yang mereka gunakan.

e-Poultry tidak hanya membangun kesadaran dan akuisisi pengguna, tetapi juga memastikan bahwa setiap pen gguna merasa menjadi bagian dari komunitas yang lebih besar, didukung, dan diperhatikan dalam perjalanan transformasi digitalnya.

**4. Monetisasi (15%)**

**1. Strategi Usaha untuk Memperoleh Pendapatan (Generating Income)**

Sebagai usaha digital tahap awal yang menyasar peternak unggas mikro, strategi e-Poultry dalam memperoleh pendapatan disusun dengan pendekatan **multi-stream revenue model**, yaitu memaksimalkan beberapa sumber penghasilan yang saling melengkapi, tetap terjangkau bagi pengguna, dan berkelanjutan secara operasional.

Strategi utama pendapatan e-Poultry meliputi:

**a. Sewa Alat IoT (e-Feeder) – Rp50.000/bulan**

Alat pemberi pakan otomatis menjadi salah satu inovasi unggulan dari platform ini. Karena sebagian besar peternak mikro tidak mampu membeli perangkat secara tunai, e-Poultry menawarkan skema **penyewaan alat** dengan harga **Rp50.000 per bulan**. Model ini memungkinkan peternak menggunakan teknologi dengan risiko rendah, tanpa harus mengeluarkan modal besar di awal.

Manfaat dari model ini:

* Mempercepat adopsi teknologi di lapangan
* Menjamin keberlanjutan finansial tim pengembang (melalui biaya sewa rutin)
* Memberikan fleksibilitas, karena alat dapat digunakan bergantian antar peternak

**b. Langganan Aplikasi Pro – Rp15.000/bulan**

Untuk mengakses fitur-fitur premium seperti laporan performa kandang, sistem pengingat otomatis, manajemen keuangan kandang, dan integrasi alat e-Feeder, pengguna perlu berlangganan aplikasi **e-Poultry Pro**. Biaya yang dikenakan sangat terjangkau, yakni **Rp15.000 per bulan**.

Fitur Pro juga menjadi pintu masuk ke sistem pembiayaan Kabayan, sehingga memberikan nilai tambah langsung bagi pengguna yang serius ingin meningkatkan skala dan efisiensi usahanya.

**c. Komisi Marketplace – 5–10% dari transaksi**

Marketplace internal e-Poultry mempertemukan peternak dengan:

* Pembeli hasil ternak (ayam, telur)
* Pemasok pakan dan vitamin

Dari setiap transaksi yang terjadi, e-Poultry mengambil **komisi sebesar 5–10%**, tergantung pada jenis barang dan perjanjian kerja sama dengan mitra. Komisi ini dipotong otomatis dari transaksi dan tidak dibebankan secara langsung kepada peternak dalam bentuk biaya tetap.

**d. Sharing Fee dari Mitra Pembiayaan (Kabayan Poultry)**

Melalui fitur Kabayan (Kasih Bayar Nanti), e-Poultry menjadi perantara antara peternak dan mitra keuangan seperti koperasi atau fintech lokal. Platform ini berperan dalam:

* Menyaring pengguna yang layak (berdasarkan data kandang)
* Menyediakan sistem pemantauan pinjaman
* Memfasilitasi proses pengajuan

Sebagai kompensasi atas peran tersebut, e-Poultry mendapatkan **sharing fee sebesar 5–8% dari nilai pembiayaan** yang berhasil dicairkan dan dikembalikan. Model ini memberi insentif bagi tim untuk memastikan peternak benar-benar mampu mengelola usahanya dengan baik.

**2. Target Besaran Pendapatan**

Sebagai usaha tahap awal, proyeksi pendapatan disusun secara konservatif namun tetap menggambarkan potensi pertumbuhan yang realistis. Target ditentukan berdasarkan rencana akuisisi pengguna dalam tahun pertama pelaksanaan program.

Berikut adalah proyeksi target pendapatan 12 bulan pertama:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Sumber Pendapatan | Target Jumlah Pengguna / Transaksi | Tarif/Besaran | Estimasi Pendapatan (Rp) |
| Sewa e-Feeder | 30 pengguna | Rp50.000/bulan | Rp18.000.000/tahun |
| Langganan Aplikasi Pro | 50 pengguna | Rp15.000/bulan | Rp9.000.000/tahun |
| Komisi Marketplace | 200 transaksi | Rata-rata 7% | Rp3.000.000 |
| Sharing Fee Kabayan | Rp30 juta dana tersalurkan | 5% | Rp1.500.000 |
| Total | - | - | **Rp31.500.000** |

Catatan: Proyeksi ini masih dapat meningkat jika pengguna aktif bertambah atau nilai transaksi Kabayan meningkat di semester kedua.

Dengan total proyeksi pendapatan **lebih dari Rp30 juta dalam tahun pertama**, e-Poultry memiliki jalur yang jelas menuju **break-even point (BEP)** di akhir tahun kedua, sekaligus menunjukkan **kelayakan finansial** sebagai usaha digital berbasis komunitas yang berpotensi tumbuh secara organik.

**5. Profil Tim (10%)**

* 5 orang mahasiswa Teknik & Akuntansi
* Peran jelas: CEO, CTO, COO, CMO, CFO
* Komitmen pengembangan diri & pelatihan tambahan
* Dukungan mentor dosen dan penyuluh

**6. Traction & Roadmap (20%)**

* Prototipe aplikasi Android sudah ada
* Prototipe alat pakan otomatis berbasis timer
* Hasil survei awal: 22 peternak, 82% tertarik
* Roadmap 3 tahun:
  + Tahun 1: 50 pengguna
  + Tahun 2: monetisasi & perluasan pengguna
  + Tahun 3: ekspansi kabupaten lain

**III. Rencana Kegiatan & Anggaran (RAB)**

**Total Usulan**: Rp 15.000.000  
**Pembagian sesuai panduan Tahapan Awal**:

| **Komponen** | **Max** | **Contoh Kegiatan** |
| --- | --- | --- |
| Pengembangan Produk/Riset (50%) | Rp7.500.000 | Desain aplikasi, pengujian eFeeder |
| Produksi (50%) | Rp6.000.000 | Bahan alat, hosting aplikasi |
| Legalitas & Sertifikasi (30%) | Rp750.000 | Biaya NIB, domain app, Uji Kesesuaian |
| ATK & Penunjang (5%) | Rp750.000 | Print banner, alat dokumentasi |

**IV. Penutup**

* Penegasan komitmen tim untuk menyelesaikan proyek
* Harapan terhadap P2MW sebagai sarana pembelajaran dan kontribusi ke masyarakat peternak

**📎 Lampiran Wajib**

1. Laporan Keuangan (Proyeksi Laba Rugi & Arus Kas)
2. Pitch Deck (berisi: Problem-Solution, Market, Monetisasi, Tim, Traction)
3. Dokumen Legalitas jika ada (opsional)
4. CV/Catatan kontribusi anggota tim
5. Gambar/mockup aplikasi & alat (sangat direkomendasikan)

**TABEL PERBANDINGAN POLA BISNIS E-Poultry vs E-fishery**

## 📊 Tabel Perbandingan Model Bisnis

**eFishery vs. e-poultry (P2MW)**

| **Komponen Bisnis** | **eFishery (Referensi)** | **e-poultry (Adaptasi)** |
| --- | --- | --- |
| **Produk Utama** | eFeeder otomatis untuk ikan & udang | eFeeder otomatis untuk unggas (ayam, bebek, puyuh) |
| **Aplikasi Digital** | eFisheryKu, eFarm (manajemen budidaya, pembelian pakan, penjualan) | e-poultry App (manajemen ternak, pembelian pakan, pencatatan panen & kematian) |
| **Model IoT** | eFeeder terhubung cloud, otomatisasi pakan | Prototipe feeder otomatis berbasis timer/listrik dengan kendali sederhana |
| **Marketplace** | Jual-beli pakan & hasil panen ikan | Jual-beli pakan & hasil panen ayam (telur/daging) |
| **Pembiayaan** | Kabayan: "Kasih Bayar Nanti" (kerja sama lembaga keuangan) | Kabayan Poultry: sistem cicilan atau beli pakan bayar nanti (kerja sama koperasi/lazis) |
| **Pendekatan Edukasi** | Penyuluh lapangan, edukasi digital | Pendampingan peternak melalui komunitas WA dan video edukatif |
| **Langganan & Monetisasi** | Sewa alat + komisi penjualan + data monetisasi | Sewa alat + langganan aplikasi + komisi hasil panen + sharing fee mitra keuangan |
| **Skala Target** | Petambak skala kecil–menengah | Peternak unggas mikro hingga kecil (fokus P2MW dan masyarakat desa) |

## 🟦 **1. Problem & Solution Fit (25%)**

**Permasalahan:**  
Sebagian besar peternak unggas mikro dan kecil di Madura masih menggunakan metode manual dalam pencatatan pakan, jadwal panen, dan pemantauan kesehatan unggas. Hal ini menyebabkan pemborosan pakan, kematian ternak yang tinggi, serta ketidaktepatan dalam penjualan hasil panen.

**Solusi Inovatif:**  
e-poultry adalah platform berbasis **aplikasi mobile + alat e-Feeder IoT** yang memberikan solusi end-to-end:

* **Manajemen kandang**: pencatatan ternak, pertumbuhan, kematian, dan hasil panen.
* **Otomatisasi pakan**: melalui prototipe alat IoT berbasis mikrokontroler (timer & sensor berat).
* **Marketplace internal**: untuk beli pakan & jual hasil panen langsung.
* **Fitur Kabayan** (Kasih-Bayar-Nanti): akses pembiayaan pakan bagi peternak mikro.

**USP (Unique Selling Point)**:

* All-in-one system berbasis low-cost automation.
* Terintegrasi antara produksi, pencatatan, dan akses pasar.
* Bisa diakses oleh peternak awam dengan smartphone Android sederhana.

## 🟦 **2. Market Analysis (15%)**

**Segmentasi (S)**: Peternak unggas mikro & kecil (<500 ekor) di Madura, khususnya Pamekasan dan Bangkalan.  
**Targeting (T)**: Usia 30–55 tahun, pengguna Android, pendapatan menengah ke bawah, lokasi pedesaan.  
**Positioning (P)**: “eFishery versi mikro” — digitalisasi peternakan unggas untuk semua kalangan.

**Ukuran Pasar**:

Berdasarkan data Dinas Peternakan Jatim (2024), terdapat ±11.000 peternak unggas mikro di Madura. Jika 10% saja menggunakan e-poultry, potensi pengguna aktif mencapai 1.100 dalam 3 tahun pertama.

**Analisis Kompetitor**:

| **Nama** | **Model** | **Kelemahan** |
| --- | --- | --- |
| eFishery | Fokus ikan/udang | Tidak menyentuh sektor unggas |
| PoultryApp (India) | Kurang lokal | Tidak cocok kultur lokal |
| Excel/manual | Tidak efisien | Rentan kehilangan data |

**Keunggulan e-poultry**:

* Bahasa Madura/Indonesia
* Aplikasi ringan (<10MB)
* Bisa dioperasikan tanpa sinyal kuat

## 🟦 **3. Strategi Pemasaran (15%)**

**Saluran distribusi**:

* WhatsApp Business API (edukasi & reminder)
* Duta Peternak (pendamping lapangan dari mahasiswa mitra)
* Stand pameran di pasar hewan lokal

**Promosi**:

* Uji coba gratis 1 bulan
* Skema referral (ajak 3, gratis 1 bulan)
* Konten edukasi di TikTok, Facebook, dan YouTube Shorts

**Hubungan Pelanggan**:

* WhatsApp Group bimbingan
* Survey rutin kepuasan pengguna
* Laporan kinerja peternakan otomatis tiap minggu

## 🟦 **4. Monetisasi (15%)**

**Model Bisnis**:

1. **Sewa e-Feeder IoT** – Rp50.000/bulan
2. **Langganan e-poultry Pro** – Rp15.000/bulan (fitur manajemen keuangan & reminder penyakit)
3. **Komisi dari penjualan pakan & panen** – 5–10%
4. **Pendapatan dari mitra keuangan Kabayan** – sharing fee atas pembiayaan peternak

**Validasi Harga**:

Dari hasil survei pada 22 peternak di Kecamatan Waru dan Pegantenan, 91% menyatakan harga langganan Rp15.000/bulan sangat terjangkau dibanding kerugian karena pencatatan manual.

**Rencana Monetisasi Tahun 1–3**:

| **Tahun** | **Sumber Dominan** | **Target Pendapatan** |
| --- | --- | --- |
| 1 | Langganan Pro | Rp15.000.000 |
| 2 | Komisi & sewa alat | Rp45.000.000 |
| 3 | Pendapatan pembiayaan | Rp120.000.000 |

## 🟦 **5. Profil Tim (10%)**

| **Nama** | **Peran** | **Kompetensi** |
| --- | --- | --- |
| **Alief Badrit Tamam** (Teknik) | CEO | Ideator, penggerak utama. Berpengalaman di organisasi agribisnis kampus. |
| **Mochamad Amir Mahmud** (Teknik) | CTO | Backend & IoT Developer. Finalis kompetisi IoT HIMATEK 2024. |
| **Khafifatul Mufidah** (Teknik) | COO | Riset lapangan, jaringan peternak lokal, aktif di UKM Peternakan |
| **Rama Nurja Saputra** (Teknik) | CMO | Desain, media sosial, pengelola komunitas Telegram peternak. |
| **(Nama baru)** (Akuntansi) | CFO | Penyusun laporan keuangan, proyeksi arus kas, dan analisis BEP |

**Lampiran:** CV, sertifikat kompetisi, dokumentasi survei, link GitHub prototype app, dokumentasi alat IoT

## 🟦 **6. Traction & Roadmap (20%)**

### ****Traction Tahap Awal:****

* Prototipe aplikasi (Android) siap diuji coba → sudah dapat mengelola data ternak & pakan.
* Prototipe feeder: mikrokontroler + timer pakan berbasis listrik 220V.
* Survei ke 22 peternak → 82% menyatakan sangat tertarik.

### ****Roadmap 3 Tahun ke Depan:****

| **Tahun** | **Target** |
| --- | --- |
| 2025 | 50 pengguna aktif, uji coba 10 alat, pelatihan ke 5 desa |
| 2026 | Monetisasi Pro aktif, 200 pengguna, integrasi pembayaran digital |
| 2027 | 1.000 pengguna, ekspansi ke Sumenep dan Probolinggo, kemitraan dengan Dinas Peternakan Jatim |