



Pemberdayaan Masyarakat Ekonomi Lokal melalui Strategi Manajemen Usaha Ternak Lembu di Desa Patumbak

Ratna Sari Dewi^{1*}, Irfan Hakim², Fahrul Rozi Tarigan³, Salsalliah Albant Triswandi⁴, Meri Meirisa⁵

¹⁻⁵ Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Indonesia

Email: ratnasaridewi@umnaw.ac.id^{1*}, irfanhakim@umnaw.ac.id², fahrulrozitarigan@umnaw.ac.id³, salsalliahalbanttriswandi@umnaw.ac.id⁴, merimeirisa@umnaw.ac.id⁵

Alamat Kampus: Jl. Garu II A No.93, Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara 20147

Korespondensi penulis: ratnasaridewi@umnaw.ac.id

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in supporting the national economy, especially in the agricultural and livestock sectors. Mr. Hanafi's cattle farming business in Patumbak Village is one that plays a very important role in empowering the local economy. However, the limitations of the local community to be able to utilize the potential of resources have caused the progress of cattle sales to be less than optimal. The purpose of this study is to improve the knowledge and skills of cattle farming entrepreneurs through business management strategies, namely marketing strategies. The implementation of activities uses direct socialization and practice methods to cattle farming entrepreneurs, related stakeholders, and local community leaders. It is hoped that through a community empowerment approach in cattle farming business management strategies, it can help the local economy and maximize economic growth.*

Keywords: *MSMEs, Cattle Farming, Empowerment Business, Marketing Strategies.*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional, terutama di sektor pertanian dan peternakan. Usaha ternak lembu Pak Hanafi di desa patumbak menjadi salah satu yang memainkan peran yang sangat penting dalam pemberdayaan ekonomi lokal. Namun keterbatasan dari masyarakat setempat untuk bisa memanfaatkan potensi sumber daya menyebabkan progres penjualan ternak lembu belum maksimal. Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha ternak lembu melalui strategi manajemen usaha yaitu strategi pemasaran. Pelaksanaan kegiatan menggunakan metode sosialisasi dan praktek secara langsung ke pelaku usaha ternak lembu, pemangku kepentingan terkait, dan pemimpin masyarakat setempat. Diharapkan melalui pendekatan pemberdayaan masyarakat dalam strategi manajemen usaha ternak sapi dapat membantu perekonomian lokal serta pertumbuhan ekonomi yang maksimal.

Kata kunci: UMKM, Peternakan Sapi, Pemberdayaan Usaha, Strategi Pemasaran.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam sektor pertanian dan peternakan. Salah satu subsektor peternakan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah peternakan lembu. Lembu tidak hanya menjadi sumber utama daging sapi nasional, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap penyediaan pupuk organik dan produk sampingan lainnya

Usaha ternak lembu milik Pak Hanafi yang berlokasi di Desa Patumbak merupakan salah satu contoh nyata dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang pertanian dan peternakan yang memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian lokal serta

kehidupan masyarakat di sekitarnya. Sebagai usaha yang fokus pada budidaya ternak lembu, usaha ini tidak hanya sekadar menambah pendapatan keluarga Pak Hanafi, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan sektor pertanian dan peternakan di wilayah Patumbak yang secara umum masih mengandalkan potensi sumber daya alam serta kemampuan masyarakat setempat.

Didalam al quran terdapat ayat yang menjelaskan tentang seberapa penting hewan ternak bagi kehidupan manusia yang menjadi kunci penting dalam memperdayakan hewan ternak sesuai syariah Al Quran. Allah menjelaskan dalam surah Al mukminun ayat 21 yang berbunyi:

وَأِنَّ لَكُمْ فِي الْأَنْعَامِ لَعِبْرَةً ۚ نُسْقِيكُمْ مِمَّا فِي بُطُونِهَا وَلَكُمْ فِيهَا مَنَافِعُ كَثِيرَةٌ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ

Artinya:

“Sesungguhnya pada hewan-hewan ternak benar-benar terdapat pelajaran bagimu. Kami memberi minum kamu dari sebagian apa yang ada dalam perutnya (air susu), padanya terdapat banyak manfaat untukmu, dan sebagian darinya kamu makan.” (QS. Al Mukminun: 21)

Dan Allah menciptakan Hewan Ternak yang dapat dimanfaatkan daging dan susunya bagi manusia untuk kelangsungan hidupnya, termasuk untuk ladang mencari nafkahnya dengan mengembala hewan ternak.

وَالْأَنْعَامَ خَلَقَهَا لَكُمْ فِيهَا دِفْءٌ وَمَنَافِعُ وَمِنْهَا تَأْكُلُونَ

Artinya:

“Dia telah menciptakan hewan ternak untukmu. Padanya (hewan ternak itu) ada (bulu) yang menghangatkan dan berbagai manfaat, serta sebagian (daging)-nya kamu makan.” (QS. An Nahl: 5)

Kebermanfaatan usaha ini bagi masyarakat Patumabak sangat terasa, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi warga. Sebagai UMKM di bidang pertanian dan peternakan, usaha ternak Pak Hanafi membantu menggerakkan roda perekonomian mikro yang sering kali menjadi tulang punggung kehidupan masyarakat desa. Melalui distribusi produk ternak yang merata dan harga yang kompetitif, masyarakat dapat mengakses produk-produk ternak berkualitas tanpa harus bergantung pada pasokan dari luar daerah. Hal ini sangat penting mengingat karakteristik kawasan pedesaan yang sering menghadapi tantangan distribusi dan akses pasar yang terbatas. Dengan demikian, usaha ternak ini menjadi solusi lokal yang efektif, mengurangi ketergantungan pada produk impor dan meningkatkan ketahanan pangan di tingkat komunitas.

Selain aspek ekonomi, usaha ternak ini juga memiliki aspek sosial dan budaya yang tidak kalah penting. Di desa Patumbak, kegiatan peternakan lembu telah menjadi bagian dari tradisi dan kehidupan sehari-hari masyarakat. Usaha ternak Pak Hanafi menjaga kelangsungan nilai-nilai tersebut sekaligus memberikan contoh pengelolaan usaha yang profesional dan berkelanjutan. Hal ini mendorong masyarakat untuk terus menerus memelihara dan mengembangkan potensi pertanian dan peternakan, serta mengadopsi teknologi dan metode terbaru yang dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas ternak. Selain itu, pelibatan masyarakat secara langsung dalam aktivitas usaha ternak juga mempererat hubungan sosial dan solidaritas di antara warga desa, yang berdampak positif pada stabilitas sosial dan keamanan lingkungan.

Pemberdayaan masyarakat ekonomi lokal melalui manajemen usaha ternak lembu di Desa Patumbak merupakan langkah strategis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Desa Patumbak, yang terletak di daerah dengan potensi pertanian yang baik, memiliki peluang besar untuk mengembangkan usaha ternak lembu. Namun, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi, yaitu modal awal yang besar, kesulitan dalam pengelolaan dan perawatan lembu, serta strategi pemasaran yang kurang efektif. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen usaha ternak, terutama dalam hal pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Sebagian besar pelaku usaha di Patumbak masih mengandalkan metode konvensional yang kurang efektif dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, akses ke sumber daya seperti pakan berkualitas, modal usaha, serta dukungan layanan teknis dan informasi juga masih menjadi kendala yang menghambat optimalisasi usaha ternak lembu ini. Faktor-faktor ini menyebabkan potensi besar yang dimiliki oleh usaha ternak Pak Hanafi belum sepenuhnya tergali dan dimanfaatkan secara maksimal.

Untuk itu, pengembangan usaha ternak Pak Hanafi sebagai UMKM di bidang pertanian dan peternakan membutuhkan pendekatan yang terintegrasi dan berkelanjutan. Pendampingan dan pelatihan khusus dalam hal strategi pemasaran modern, pengelolaan keuangan, serta pemanfaatan teknologi informasi sangat diperlukan untuk meningkatkan kapasitas dan daya saing pelaku usaha. Dengan mengadopsi strategi manajemen usaha yang tepat, seperti penggunaan konten digital untuk memperkenalkan produk ternak secara lebih menarik dan luas, usaha ini berpeluang memperluas pasar hingga ke wilayah yang lebih jauh dan beragam. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan omset penjualan, tetapi juga mengangkat citra produk

lokal yang berkualitas, sehingga memberikan manfaat berlipat kepada masyarakat Patumbak maupun sekitarnya.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, UMKM menyumbang sekitar 60% dari total PDB dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Menurut Mardikanto (2018), UMKM di sektor pertanian dan peternakan berperan penting dalam penyediaan pangan dan peningkatan pendapatan masyarakat. Pelaku usaha di sektor ini, khususnya peternak lembu, memiliki kontribusi yang signifikan terhadap ketahanan pangan dan ekonomi lokal.

Menurut Sukirno (2019) dalam bukunya menjelaskan bahwa UMKM adalah usaha yang memiliki karakteristik fleksibilitas, inovasi, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Menurutnya, UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Ia juga menyoroti pentingnya dukungan pemerintah dalam pengembangan UMKM agar dapat bersaing di pasar global.

Menurut Halim (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa UMKM adalah usaha yang memiliki skala kecil dan menengah, yang berfokus pada produksi barang dan jasa dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berperan dalam perekonomian, tetapi juga dalam pemberdayaan masyarakat lokal

Pengertian Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Strategi pemberdayaan masyarakat merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan individu atau kelompok dalam mengelola sumber daya yang ada, sehingga mereka dapat berpartisipasi secara aktif dalam proses pembangunan ekonomi dan sosial. Menurut Purnamasari (2020), pemberdayaan masyarakat melibatkan proses penguatan pengetahuan, keterampilan, dan akses terhadap sumber daya yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup. Dalam konteks usaha ternak lembu, strategi ini mencakup

pelatihan, pendampingan, dan penyediaan informasi yang relevan untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha ternak di tingkat lokal.

Menurut Sukardi (2020), mendefinisikan pemberdayaan masyarakat sebagai proses yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam mengelola sumber daya dan berpartisipasi dalam pengambilan keputusan. Pemberdayaan ini penting untuk menciptakan masyarakat yang mandiri dan berdaya saing. Menurut Halim (2021), menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat harus berbasis pada potensi lokal, yang bertujuan untuk meningkatkan kemandirian masyarakat dan mengurangi ketergantungan pada bantuan eksternal. Pendekatan ini diharapkan dapat menciptakan keberlanjutan dalam pembangunan.

Menurut Rizal (2022), mengemukakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kualitas hidup melalui pendidikan, pelatihan, dan akses terhadap informasi. Proses ini diharapkan dapat mengurangi kesenjangan sosial dan ekonomi di masyarakat. Menurut Sukma (2023) menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat melibatkan penguatan kapasitas individu dan kelompok untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Ini penting untuk menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap program-program pembangunan.

Menurut Fauzi (2023) berpendapat bahwa pemberdayaan masyarakat harus dilakukan dengan pendekatan inklusif, di mana semua lapisan masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan. Hal ini penting untuk menciptakan keadilan sosial. Menurut Wahab (2023) menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kemampuan dan potensi masyarakat agar dapat memaksimalkan jati diri mereka. Pemberdayaan ini mencakup aspek sosial, ekonomi, dan politik.

Tujuan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat dan Manfaatnya

Tujuan utama dari pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah untuk menciptakan kemandirian ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Suharto (2019), pemberdayaan ekonomi bertujuan untuk mengurangi kemiskinan, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan lapangan kerja. Dalam konteks usaha ternak lembu, pemberdayaan ini diharapkan dapat meningkatkan akses masyarakat terhadap sumber daya ekonomi, memperkuat jaringan pemasaran, dan meningkatkan kualitas produk ternak. Manfaat dari pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui usaha ternak lembu tidak hanya dirasakan oleh individu pelaku usaha, tetapi juga berdampak positif pada komunitas secara keseluruhan, seperti peningkatan ketahanan pangan, pengurangan pengangguran, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Usaha Ternak Lembu

Usaha ternak lembu adalah kegiatan budidaya dan pemeliharaan lembu untuk tujuan produksi, baik itu daging, susu, maupun produk turunan lainnya. Menurut Sari dan Rahman (2021), usaha ternak lembu merupakan salah satu subsektor penting dalam pertanian yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. Menurut Supriyadi (2020), usaha ternak lembu di Indonesia umumnya dikelola oleh peternak kecil yang mengandalkan metode tradisional. Meskipun demikian, usaha ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Supriyadi menekankan bahwa peningkatan pengetahuan dan keterampilan peternak melalui pelatihan dan penyuluhan sangat penting untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas ternak.

Lebih lanjut, menurut Sari dan Hidayati (2020), tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha ternak lembu meliputi fluktuasi harga pakan, penyakit hewan, dan akses terhadap pasar. Mereka menyarankan perlunya dukungan dari pemerintah dalam bentuk kebijakan yang mendukung pengembangan usaha ternak, seperti penyediaan akses pembiayaan dan pasar yang lebih baik.

Dalam konteks Pak Hanafi di Desa Patumbak, usaha ternak lembu tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai bagian dari tradisi dan budaya masyarakat setempat. Usaha ini melibatkan berbagai aspek, mulai dari pemilihan bibit, pengelolaan pakan, hingga pemasaran produk, yang semuanya memerlukan pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk mencapai hasil yang optimal.

Faktor Pendorong Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Beberapa faktor pendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui usaha ternak lembu di Desa Patumbak meliputi akses terhadap sumber daya, dukungan pemerintah, dan partisipasi masyarakat. Menurut Hidayati (2022), akses terhadap sumber daya seperti pakan berkualitas, modal usaha, dan teknologi informasi sangat penting untuk meningkatkan produktivitas usaha ternak. Selain itu, dukungan dari pemerintah dalam bentuk kebijakan yang mendukung pengembangan sektor peternakan, pelatihan, dan penyuluhan juga berperan penting dalam mendorong keberhasilan usaha ternak. Partisipasi aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan pengelolaan usaha ternak juga menjadi faktor kunci dalam menciptakan keberlanjutan usaha dan meningkatkan rasa memiliki terhadap program-program pemberdayaan yang dijalankan.

Implementasi Strategi Manajemen Pemberdayaan Melalui Usaha Ternak Lembu

Implementasi strategi manajemen pemberdayaan masyarakat melalui usaha ternak lembu Pak Hanafi melibatkan beberapa langkah penting, seperti pelatihan keterampilan, pengembangan jaringan pemasaran, dan penggunaan teknologi digital. Menurut Prasetyo (2021), pelatihan keterampilan dalam manajemen usaha ternak, pemasaran, dan penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengelola usaha mereka secara lebih efektif. Pengembangan jaringan pemasaran yang kuat juga penting untuk memastikan produk ternak dapat dijual dengan harga yang kompetitif dan menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial dan platform e-commerce, usaha ternak Pak Hanafi dapat memperkenalkan produk mereka secara lebih luas, menarik minat konsumen, dan meningkatkan penjualan. Melalui pendekatan yang terintegrasi ini, diharapkan usaha ternak lembu dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Patumabak.

3. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian Kualitatif

Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami fenomena sosial dan perilaku manusia dalam konteks yang lebih mendalam. Menurut Creswell (2014), penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali makna, pengalaman, dan perspektif individu atau kelompok dalam situasi tertentu. Metode ini lebih menekankan pada pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan naratif, sehingga peneliti dapat memahami konteks dan dinamika yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini, metode kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi strategi manajemen pemberdayaan masyarakat ekonomi lokal melalui usaha ternak lembu yang dijalankan oleh Pak Hanafi di Desa Patumabak.

Data Observasi

Observasi dilakukan di lokasi usaha ternak Pak Hanafi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang praktik dan kondisi yang ada. Peneliti mengamati proses pemeliharaan ternak, interaksi antara Pak Hanafi dan masyarakat sekitar, serta kegiatan pemasaran produk ternak. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha ternak dan bagaimana masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Hasil observasi menunjukkan bahwa usaha ternak lembu Pak Hanafi tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat dalam berbagai aspek, seperti pelatihan dan pemasaran.

Wawancara dengan Narasumber

Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan beberapa narasumber, termasuk Pak Hanafi sebagai pelaku usaha, anggota masyarakat yang terlibat dalam usaha ternak, dan pihak terkait seperti penyuluh pertanian. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai strategi pemberdayaan masyarakat yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta dampak dari usaha ternak terhadap ekonomi lokal.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dari wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa dalam usaha ternak lembu Pak Hanafi memiliki tantangan dalam hal modal dan biaya operasional, pengelolaan dan perawatan lembu yang sulit, dan kebuatuhan SDM dalam mengelola dan memasarkan hewan ternak Pak Hanafi. Untuk itu Pak Hanafi menerapkan beberapa strategi dalam pemberdayaan hewan ternaknya, antara lain:

Modal Awal yang Besar

Salah satu kendala utama dalam memulai usaha ternak lembu adalah kebutuhan modal awal yang signifikan. Biaya untuk membeli sapi, pakan, dan membangun kandang dapat mencapai angka yang cukup tinggi. Menurut penelitian oleh Supriyadi (2020), banyak peternak pemula yang terhambat untuk memulai usaha karena tidak memiliki akses ke modal yang memadai. Hal ini menyebabkan mereka enggan untuk berinvestasi dalam usaha ternak, meskipun potensi keuntungan jangka panjangnya cukup menjanjikan. Solusi yang bisa peneliti tawarkan kepada Pak Hanafi yaitu:

- a. Program Pinjaman Mikro kepada Pemerintah dan lembaga keuangan yang dapat menyediakan program pinjaman mikro dengan bunga rendah untuk peternak. Hal ini akan membantu mereka mendapatkan modal awal yang diperlukan untuk memulai usaha ternak.
- b. Pelatihan Manajemen Keuangan: Mengadakan pelatihan manajemen keuangan bagi peternak untuk mengelola modal dengan baik. Menurut Supriyadi (2020), pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan dapat meningkatkan keberhasilan usaha ternak.

Tantangan dalam pengelolaan dan perawatan ternak sapi

Pengelolaan dan perawatan lembu juga menjadi tantangan yang tidak kalah penting. Banyak peternak yang kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam hal perawatan kesehatan ternak, pemilihan pakan yang tepat, dan manajemen kandang. Sari (2021) menyatakan bahwa kurangnya pelatihan dan penyuluhan bagi peternak dapat mengakibatkan

rendahnya produktivitas ternak. Selain itu, penyakit yang menyerang ternak sering kali tidak ditangani dengan baik, yang dapat mengakibatkan kerugian finansial bagi peternak. Untuk itu Solusi yang dapat diberikan kepada Pak Hanfi adalah:

a. Pengelolaan dan Perawatan Lembu

Pelatihan dan Penyuluhan: Mengadakan pelatihan rutin tentang perawatan kesehatan ternak, pemilihan pakan, dan manajemen kandang. Sari (2021) menyarankan agar pelatihan ini melibatkan ahli peternakan untuk memberikan pengetahuan yang tepat kepada peternak.

a. Penyediaan Layanan Kesehatan Ternak: Membentuk tim kesehatan ternak yang dapat memberikan layanan pemeriksaan dan pengobatan secara berkala. Hal ini akan membantu mencegah penyakit yang dapat merugikan peternak.

b. Masalah pengetahuan dan keterampilan SDM.

Menurut Pak Hanafi pengetahuan dan keterampilan masyarakat yang ada di Desa Patumbak masih tergolong minim informasi, oleh karena itu di Pak Hanafi secara rutin mengadakan pelatihan bagi masyarakat tentang cara merawat ternak, manajemen pakan, dan pemasaran produk. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam usaha ternak.

c. Pembangunan Jaringan Pemasaran

Kurangnya jaringan pemasaran pada pelaku usaha ternak yang ada di Desa Patumbak membuat pemasaran terhadap hewan ternak kurang terekspos. Oleh karena itu Pak Hanafi juga aktif membangun jaringan dengan pedagang dan pasar lokal untuk memasarkan produk ternak. Masyarakat dilibatkan dalam proses pemasaran, sehingga mereka mendapatkan keuntungan langsung dari penjualan.

Strategi Pemasaran yang Kurang Efektif

Setelah proses pemeliharaan, tantangan berikutnya adalah pemasaran produk ternak. Banyak peternak di Desa Patumbak yang kesulitan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Mereka sering kali bergantung pada pasar lokal yang memiliki daya beli terbatas. Rahman (2019) menekankan pentingnya strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya saing produk ternak. Tanpa strategi pemasaran yang baik, produk ternak yang dihasilkan tidak dapat terjual dengan harga yang optimal, sehingga mengurangi potensi keuntungan. Untuk itu Solusi yang dapat diberikan kepada Pak Hanfi adalah:

a. Pelatihan Pemasaran Digital

Mengadakan pelatihan tentang pemasaran digital dan penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk ternak. Hal ini akan membantu masyarakat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Memanfaatkan teknologi informasi untuk

memasarkan produk ternak secara online. Rahman (2019) mencatat bahwa pemasaran digital dapat membuka peluang baru bagi peternak untuk menjangkau konsumen di luar daerah lokal.

b. Strategi Pemasaran

Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUB): Mendorong peternak untuk membentuk KUB yang dapat membantu dalam pemasaran produk ternak. Dengan bergabung dalam kelompok, peternak dapat meningkatkan daya tawar dan akses ke pasar yang lebih luas.

c. Kerjasama dengan Retail dan Restoran

Membangun kemitraan dengan retail dan restoran untuk menjual produk ternak secara langsung. Hal ini dapat meningkatkan visibilitas produk dan memberikan harga yang lebih baik bagi peternak.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil pembahasan dan wawancara dengan narasumber menunjukkan bahwa strategi manajemen pemberdayaan masyarakat ekonomi lokal melalui usaha ternak lembu Pak Hanafi di Desa Patumbak berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif yang nyata bagi masyarakat setempat. Pendekatan yang dilakukan meliputi pelatihan keterampilan, penyuluhan teknis, kolaborasi dengan pihak terkait, serta pemberian kesempatan kerja bagi anggota komunitas desa. Hal ini tidak hanya meningkatkan kapasitas pelaku usaha ternak, tetapi juga memperkuat jejaring ekonomi lokal yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Meskipun telah berhasil, terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan modal, kurangnya pemahaman pemasaran digital, dan fluktuasi pasar yang masih menjadi tantangan dalam pengembangan usaha. Keberhasilan strategi tersebut sangat bergantung pada partisipasi aktif masyarakat dan dukungan berbagai pihak yang berkelanjutan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, disarankan agar upaya pemberdayaan dilanjutkan dengan fokus pada peningkatan akses modal yang lebih mudah dan terjangkau bagi pelaku usaha agar mampu mengembangkan usahanya secara optimal. Selain itu, penguatan kapasitas dalam bidang pemasaran digital sangat penting untuk membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk ternak di era digital. Pemerintah dan lembaga terkait perlu memperkuat peran serta mereka dengan menyediakan pelatihan rutin, fasilitasi akses

teknologi, dan menciptakan kebijakan yang mendukung keberlanjutan usaha ternak lokal. Selanjutnya, pengembangan jaringan pemasaran yang lebih solid dan kemitraan strategis juga sangat dianjurkan untuk memperkuat ekosistem usaha ternak lembu yang inklusif dan berkelanjutan di Desa Patumbak. Dengan langkah-langkah ini, pemberdayaan masyarakat lewat usaha ternak lembu dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap pembangunan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Afrisawati, A., & Irianto, I. 2019. 'Pemilihan Bibit Ternak Sapi Potong Melalui Kombinasi Metode Ahp dan Metode MFEP', JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi), 6: 43-50. <https://doi.org/10.33330/jurtek.v6i1.392>

Dr.Muh. yani balaka, S.E,M.SC, Agr. "Metode penelitian Kualitatif."

Emhar, A., Aji, J. M. M., & Agustin, T. 2014. 'Analisis rantai pasokan (supply chain) daging sapi di Kabupaten Jember',Berkala Ilmiah Pertanian, 1: 53-61.

Fauzi, A. (2023). "Pemberdayaan Masyarakat: Teori dan Praktik". Jakarta: Penerbit Sinar Harapan

Halim, M. (2021). "Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal".

Hidayati, N. (2022). "Faktor Pendorong Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Usaha Ternak." Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 15(2), 45-60.

Mardikanto, T. (2018). "Peran UMKM dalam Pembangunan Ekonomi Pertanian di Indonesia." Jurnal Ekonomi dan Pertanian, 12(1), 45-60.

Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Pedesaan." Jurnal Agribisnis dan Manajemen, 10(3), 200-210.

Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif 1 (2022): 130.

Prasetyo, A. (2021). "Strategi Manajemen Pemberdayaan Masyarakat Lokal" Rahman, A., & Sari, R. (2021). "Strategi Pemberdayaan Peternak Sapi dalam

Rizal, F. (2022). "Pemberdayaan Masyarakat: Teori dan Praktik di Indonesia". Jakarta: Penerbit Gramedia.

Sari, D. P., & Hidayati, N. (2020). "Peran UMKM dalam Pembangunan Ekonomi Lokal:

Studi Kasus pada Usaha Ternak Sapi di Kabupaten Sleman." Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 23(2), 145-158.

Sukardi, A. (2020). "Pemberdayaan Masyarakat: Pendekatan dan Strategi". Jakarta: Penerbit Sinar Harapan. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.

- Sukma, R. (2023). "Pemberdayaan Masyarakat: Konsep dan Implementasi". Malang: Penerbit UMM Press.
- Supriyadi, A. (2020). "Pengembangan Usaha Ternak Sapi Potong di Indonesia: Peluang dan Tantangan." *Jurnal Peternakan dan Teknologi*, 15(2), 100-110.
- Sururi, A., Dkk (2021). 'Peningkatan Kapasitas Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Kelompok Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Kawasan Pantai Utara Desa Domas Kabupaten Serang', *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3: 405. <http://dx.doi.org/10.24198/kumawula.v3i3.27286>.
- Wahab, S. (2023). "Pemberdayaan Masyarakat: Konsep dan Strategi". Jakarta: Penerbit Pustaka Sinar Harapan.
- Wibowo, S. (2020). "Tantangan dan Peluang Usaha Ternak Sapi di Indonesia." *Jurnal Peternakan dan Sumber Daya Alam*, 8(2), 90-100.
- Wrihatnolo, Randy R., & Dwidjowijoto, R, N. 2007. *Manajemen Pemberdayaan : Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.)