

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN MANAJEMEN USAHA
UNTUK PENINGKATAN HASIL TERNAK DI DESA GUPOLO
BABADAN PONOROGO**

Riawan, Adi Santoso, Siti Chamidah
Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Email : riawan13awan@gmail.com

Abstrak : *Kondisi mitra pengabdian ini adalah kelompok masyarakat Peternak Kambing yang mengalami hambatan dalam mengelola usaha pengembangan produk hasil ternak mereka. Hal ini disebabkan oleh minimnya pengetahuan dan keterampilan kelompok peternak kambing tersebut didalam mengelola usaha, lemahnya kreatifitas dan kemampuan menginovasi hasil ternak sebagai produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, kurangnya kemampuan dalam mengobservasi pasar yang tepat agar produk yang dihasilkan mampu kompetitif dan diterima oleh pasar sasaran sehingga berakibat pada penurunan omset penjualan. Atas dasar itu, maka kami menawarkan beberapa solusi alternatif untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui program pendampingan dan pelatihan manajemen usaha, pelatihan pemasaran produk yang kreatif dan inovatif serta melibatkan instansi dinas peternakan untuk memberikan pelatihan mengenai pemberian pakan ternak yang baik dalam meningkatkan kemampuan kambing dalam memproduksi susu. Melalui pelatihan serta pendampingan ini diharapkan mampu menguatkan dan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat kelompok peternak kambing di Desa Gupolo sehingga dapat membawa perubahan yang positif dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat kelompok peternak kambing di desa Gupolo, babadan, Ponorogo.*

Kata Kunci: *kemampuan pengetahuan, kemampuan keterampilan dan kemampuan inovasi*

1. PENDAHULUAN

Ponorogo menjadi salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi yang baik bagi pengembangan usaha ternak kambing. Dinas Perikanan dan Peternakan Ponorogo selama ini aktif memberikan pendampingan dan pelatihan kepada masyarakat yang ingin mengembakan usaha ternak kambing. Melalui kegiatan – kegiatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan animo masyarakat Ponorogo dalam menjalankan usaha ternak kambing.

Pengembangan usaha ternak kambing di Ponorogo saat ini menghadapi tiga permasalahan yakni masalah yang berkaitan dengan reproduksi, permasalahan yang berkaitan dengan pakan ternak dan terakhir masalah peternak dalam mengembangkan hasil ternak kambing. peternak menghadapi masalah terbatasnya pejantan unggul dan belum optimalnya potensi reproduksi kambing betina. Sedangkan di bidang pakan, peternak menghadapi kendala ketersediaan pakan ternak yang murah namun tetap berkualitas. Pelatihan teknologi reproduksi dan pakan ternak merupakan salah satu solusi mengatasi masalah tersebut, sedabfkan permasalahan yang berkaitan dengan pengelolaan susu dari hasil ternak kambing dapat

dikembangkan melalui pelatihan pengembangan olahan susu kambing menjadi beberapa produk yang dapat dipasarkan ke pasaran.

Salah satu bentuk pengembangan pengolahan susu kambing adalah menjadi produk susu etawa. Namun kelompok peternak kambing di desa Gupolo mengalami kendala dalam mengembangkan usaha susu etawa dimana usaha yang pernah dirintis mengalami kerugian sebab tidak mampu bersaing di pasaran. Kelompok ternak kambing yang ada di desa gupolo hanya terfokus mengolah susu kambing menjadi susu etawa, padahal hasil susu kambing dapat dikembangkan menjadi beberapa produk seperti menjadi bahan baku untuk membuat produk kefir, produk yogurt, krim dan menjadi produk permen susu. Usaha pengolahan susu kambing yang pernah dirintis hanya memproduksi susu etawa dan manajemen usaha yang buruk menyebabkan usaha yang dirintis menjadi tidak kompetitif dan harus mengalami gulung tikar.

Melalui pelatihan dan pendampingan ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kelompok peternak kambing di desa Gupolo untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam menghasilkan produk baru dari pengolahan susu kambing serta peningkatan pemahaman dalam melakukan manajemen usaha yang baik diharapkan mampu menjadi solusi alternatif bagi kelompok ternak kambing di desa Gupolo dalam menghasilkan pendapatan finansial yangt baru serta berdampak positif terhadap pengembangan BUMDEs Gupolo serta masyarakat di desa Gupolo. Masalah yang paling mendasar dihadapi oleh masyarakat peternak di Desa Gupolo Kec. Babadan Kab. Ponorogo adalah minimnya Pengetahuan dan Keterampilan sumber daya manusia yang kurang maksimal dalam menciptakan usaha yang bernilai kreatif dan inovatif sehingga kompetitif dalam persaingan usaha, belum memiliki skill yang baik dari segi pendidikan dan kurangnya skill masyarakat dalam menciptakan inovasi pada potensi – potensi yang ada di desa Gupolo untuk dimanfaatkan secara maksimal sehingga dapat memberikan manfaat terhadap masyarakat.

2. METODE PELAKSANAAN

Merujuk pada permasalahan mitra yaitu minimnya pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia yang kurang maksimal dalam menciptakan usaha yang bernilai kreatif dan inovatif maka kami melaksanakan pelatihan dengan metode pelaksanaan sebagai berikut :

- 1) Mengundang masyarakat untuk menghadiri acara pelatihan tersebut
- 2) Pembentukan tim pengelola usaha produk lokal
- 3) Pengusulan dan pengadaan fasilitas
- 4) Pembentukan tim pemasaran produk
- 5) Proses Produksi
- 6) Pemasaran dan bentuk kerja sama lain
- 7) Pendampingan dan Evaluasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kali ini difokuskan pada peningkatan pemahaman kepada kelompok peternak kambing dalam meningkatkan nilai usahanya. Peningkatan atau penurunan penjualan tentu banyak faktor yang mempengaruhi seperti fasilitas, tim pemasaran produk, proses produksi, pendampingan dan lain sebagainya. Sehingga dalam menjawab permasalahan tersebut, kami dari tim pengabdian memberikan penguatan dan pengetahuan untuk meningkatkan pemahaman mereka dalam menjalankan usaha ternak dengan benar sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan dapat bersaing dengan kompetitornya. Untuk

meningkatkan kualitas produk, maka solusi yang kami tawarkan mengenai permasalahan yang terjadi yaitu dengan melakukan pengembangan usaha melalui inovasi produk lokal seperti produk kefir, krim dan permen susu yang berbahan dasar olahan susu kambing.

Kelompok usaha ternak harus memiliki kemampuan untuk berinovasi, sehingga produk mereka tidak ketinggalan dimata pelanggannya. Kemampuan inovasi dari suatu produk dapat menciptakan lingkungan bisnis yang kompleks dan cepat berubah untuk mengikuti kebutuhan pasar. Ketangkasan dalam mengidentifikasi peluang pasar akan mendorong peningkatan kinerja pemasaran. Organisasi yang mampu meraih peluang pasar lebih cepat dibandingkan kompetitornya akan mampu memaksimalkan kinerja pemasarannya melalui pencapaian peningkatan laba. Tahap pemasaran berperan penting dalam pemasaran produk olahan susu kambing tersebut.

Target sasaran kerjasama pemasaran yaitu seluruh masyarakat baik ditingkat local maupun nasional. Selanjutnya kami menjelaskan mengenai target pemasaran secara offline maupun secara online. Pemasaran secara offline akan dilakukan untuk menarik konsumen local sedangkan strategi pemasaran online dilakukan untuk mencapai konsumen di tingkat nasional maupun internasional. Melalui kegiatan pemasaran ini diharapkan akan timbul kerjasama dari pihak lain untuk mengembangkan program kami, sehingga akan mendorong kinerja pemasaran dengan baik.

Kinerja merupakan nilai dari rangkaian sumber daya yang berkontribusi kepada organisasi secara positif maupun negatif dalam mencapai tujuan organisasi. Sedangkan kinerja pemasaran merupakan hasil yang dicapai organisasi sebagai prestasi atas aktifitas pemasaran organisasi dan ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan produk untuk menembus pasar sasaran sehingga organisasi dipandang sebagai organisasi yang memiliki keunggulan bersaing. Selain itu, dalam pelatihan ini kami juga memberikan materi mengenai perencanaan dan strategi pemasaran produk yang dihasilkan.

Adapun perencanaan pemasaran yang kami sajikan dalam penyampaian materi yaitu 1) perencanaan meliputi analisis global, analisis lokal, analisis jenis usaha, analisis SWOT, dan tujuan usaha. 2) strategi meliputi segmentasi, targeting, dan positioning. 3) Taktik meliputi diferensiasi, marketing mix, dan selling. 4) Nilai meliputi merek, pelayanan dan manajemen. 4) pencapaian kinerja yang baik. Begitupula kunci pemahaman pemasaran segmentasi yang meliputi mengenali kelompok pasar, kemudian apa perbedaan masing-masing dalam kelompok tersebut. dan selanjutnya, harus memiliki target. Targeting meliputi pemilihan sasaran yang menjadi target pasar. Seorang pembisnis harus memiliki ketangkasan khususnya pada bagian pemasaran. Dimana ketangkasan pemasaran merupakan suatu kemampuan dinamis yang penting dalam lingkungan bisnis. Di era ini lingkungan bisnis mengalami perubahan dengan sangat cepat sehingga menimbulkan resiko. Ketangkasan marketing merupakan salah satu type dari strategi ketangkasan, selain ketangkasan portofolio, dan ketangkasan operasional. Ketangkasan pemasaran sangat penting bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) sebab mayoritas UKM berambisi untuk mengalami perkembangan. UKM yang gesit dalam pemasarannya akan mampu memiliki kapasitas bersaing yang kompetitif dan menjadi yang terbaik di pasar. Kami menformulasikan suksesnya pemasaran, sebagaimana ditampilkan pada gambar dibawah ini :



Gambar 1. Formula Sukses Pemasaran

Pada gambar di atas menjelaskan bagaimana seorang bisnismen dalam mengelolah usahanya sampai pada arget pemasaran sehingga produk yang dihasilkan dapat meningkatkan *income* atau pendapatan bagi uasaha tersebut. Oleh karena itu, target pemasaran sangat penting karna melalui ini akan membentuk segmen-segmen pasar yang dapat menjadi kekuatan untuk seorang bisnismen.

Dokumentasi Kegiatan





4. KESIMPULAN

Untuk pencapaian suatu bisnis yang mengarah pada peningkatan pendapatan seorang pelaku bisnis, maka tidak terlepas dari perencanaan bisnis itu sendiri. Perencanaan bisnis merupakan hal pokok dan mendasar yang perlu dilakukan seorang pelaku usaha, yaitu dengan melakukan analisis jenis usaha, kemudian tujuan usahannya seperti apa. kemudian pembentukan strategi bisnis yang meliputi melakukan segmentasi pasar, harus memiliki target sehingga nantinya menjadi positioning bagi usaha tersebut. Selanjutnya harus memiliki taktik meliputi diferensiasi, marketing mix, dan selling. Selanjutnya harus memiliki nilai yang nantinya akan ditampilkan dalam bentuk merek pelayanan dan manajemen. Jika proses tersebut dapat dijalankan dengan baik maka akan berdampak pada kesuksesan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, A. (2017). Strategi pengembangan minat wirausaha melalui proses pembelajaran. *e-jurnal manajemen kinerja*, 1(1), 1-13
- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship : What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press.
- Colquitt, J. A., LePine, J. A., & Wesson, M. J. (2011). *Organizational Behavior*. New York: The McGraw Hill.
- Doz, Y., & Kosonen, M. (2008). The Dynamics of Strategic Agility: Nokia's Rollercoaster Experience. *California Management Review*, 50(3), 95-118.
- Hisrich, R., & Peters, M. (2002). *Entrepreneurship. 5thed*. New York: The McGraw Hill.
- Lee, T., & Chu, W. (2017). The relationship between entrepreneurial orientation and firm performance: Influence of family governance. *Journal Of Family Business Strategy*, 8(4), 213-223.
- Lei, H., Nguyen, T. T., & Le, P. B. (2019). How knowledge sharing connects interpersonal trust and innovation capability: The moderating effect of leadership support. *Chinese Management Studies*, 13(2), 276–298. <https://doi.org/10.1108/CMS-06-2018-0554>
- Li, T., & Calantone, R. J. (1998). The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage : Conceptualization and empirical Examination. *Journal of Marketing*, 13-29.
- Sull, D. (2009). *Competing through organizational agility*. McKinsey Quarterly
- Zhang, Z., & Sharifi, H. (2000). A methodology for achieving agility in manufacturing organisations. *International Journal of Operations & Production Management*, 20(4), 496-512