Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia p–ISSN: 2541-0849 e-ISSN: 2548-1398
Vol. 7, No. 11, November 2022

PEMBERDAYAAN EKONOMI, KEMAMPUAN WIRAUSAHA DAN ANTISIPASI RESIKO KETIDAKPASTIAN PENDAPATAN PETERNAK AYAM KAMPUNG SUPER PASCA PANDEMI COVID-19

Rosida P. Adam, Suardi Mahmud Lahay, Erwan Satrawan Faris, Sri Sarjuni
Faculty of Management Economics, Tadulako University, Palu, Central Sulawesi, Indonesia
Faculty of Faculty of Fisheries and Animal Husbandry, Tadulako University, Palu, Central Sulawesi, Indonesia
E-mail: rosida_adam@yahoo.co.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan model strategi pemberdayaan ekonomi, kemampuan wirausaha peternak ayam kampung super dan antisipasi resiko ketidakpastian pendapatan masa pandemi Covid-19. Metode penelitian ini menggunkan metode penelitian terepan (tindakan), dengan metode uji coba (eksperimen) pada skala usaha dengan populasi sebanyak 300 ekor bibit ayam kampung super. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pemberdayaan ekonomi masyarakat masuk kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,61, kemampuan wirausaha kategori mampu dengan nilai rata-rata 3,81, dan kemampuan manajemen pemeliharaan masuk kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata 4,63. Selanjutnya, pendapatan usaha peternakan ayam kampung super system intensif Pasca Pandemi Covid sebesar Rp.5.932.550.- atau nilai Rasio perbandingan nilai Revenu per Cost (R/C) > 1,54, dan disimpulkan usaha peternakan ayam kampung super dengan system intensif pasca Covis-19 layak untuk diusahakan.

Keywords : Pemberdayaan Ekonomi, Kemampuan Kewirausahaan, Pendapatan.

Abstract

The purpose of this study is to produce a model of economic empowerment strategies, entrepreneurial capabilities of super native chicken farmers and anticipating the risk of income uncertainty during the Covid-19 pandemic. This research method uses the terepan research method (action), with a trial method (experiment) on a business scale with a population of 300 super native chicken breeds. The results showed that the application of community economic empowerment was in the high category with an average value of 3.61, entrepreneurial ability in the capable category with an average value of 3.81, and maintenance management ability in the very high category with an average value of 4.63. Furthermore, the income of the super system intensive native chicken farming business after the Covid Pandemic amounted to Rp.5,932,550.- or the

How to cite:	Rosida P. Adam, Suardi Mahmud Lahay, Erwan Satrawan Faris, Sri Sarjuni (2022) Pemberdayaan Ekonomi, Kemampuan Wirausaha dan Antisipasi Resiko Ketidakpastian Pendapatan Peternak Ayam Kampung Super Pasca Pandemi Covid-19, (7) 11, http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i11.12104
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

comparative value of Revenu value per Cost (R/C) > 1.54, and it was concluded that the super native chicken farming business with an intensive system after Covis-19 was feasible.

Keywords: *Economic Empowerment, Entrepreneurial Ability, Income.*

Pendahuluan

Pandemi covid-19 dua tahun berselang di dunia, termasuk di Indonesia dan dampak yang ditimbulkan sangat luar biasa mencakup seluruh sendi kehidupan ekonomi, social, dan kesehatan dan pemutusan hubungan kerja (PHK). Menurut Sayuti et al., (2020) dan Nasution et al., (2021) pada masa Pandemi Covid-19 telah menekan pendapatan masyarakat miskin, rentan miskin dan pekerja di sektor informal yang mengalami penurunan pendapatan antara 30 % sampai 70 %,. Oleh karena itu dalam menghadapi resiko ketidakpastian pendapatan, maka diperlukan pemberdayaan ekonomi masyarakat dalam upaya memberikan jaminan pendapatan dalam masa sulit. Salah satu usaha UMKM yang dapat di lakukan dengan memberikan teknologi pada sektor UMKM peternakan.

Menurut BPS Kabupaten Tojo Una-Una (2022) populasi Ayam Kampung sebanyak 360.080 ekor dan produksi daging 12.071. Kebutuhan pasar ayam kampung cukup tinggi, jika dilihat dari jumlah penduduk Kabupaten Tojo Una-Una sebanyak 153.991 jiwa. Selain itu, Kabupaten Tojo Una-Una, merupakan salah satu sentra terbesar penghasil jagung, yang dapat dijadikan sumber pakan lokal yang benilai gizi tinggi yang lebih efisien.

Salah satu solusi Pasca Covid-19 agar masyarakat tetap berpendapatan, maka diperlukan program pemberdayaan ekonomi dan peningkatan kapasitas kewirausahaan. Menurut Lisnahan et al., (2021) menjelaskan bahwa dengan pemberdayaan yang melibatkan kelompok ibu-ibu rumah tangga, maka hasil yang dicapai dapat meningkatkan ketrampilan kelompok peternak dan manajemen pemeliharaan yang baik dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan kelompok peternak.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini digolongkan pada penelitian deskriptif dan jenis penelitian eksperimen (percobaan). Kelompok sasaran adalah para kelopompok usaha peternakan dan uji coba pemeliharaan sistem intensif dengan populasi 300 ekor bibit ayam kampung super. Metode Analisis digunakan adalah menganalIsis setiap fase pertumbuhan dari mingu pertama sampai minggu kedelapan kaitannya dengan biaya produksi.

Hasil dan Pembahasan

Profil Kelompok Mitra

Profil kelompok peternak menunjukkan bahwa sebaran usia berdasarkan distribusi frekuensi dari 30 responden, tertinggi 40,60 % pada usia antara 20 – 30 tahun, berikutnya pada sebaran usia > 30 - 40 tahun yakni sebanyak 37,5 %, dan yang terendah

pada sebaran usia 40 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha peternakan sangat diminati oleh usi-usia muda yang masih produktif. Namun, system pemeliharaan yang dilakukan masih tradsional (dilepas dan pakan yang belum terkontrol serta berkualitas). Disamping itu usaha peternakan ayam kampung merupakan usaha sampingan, dan tenaga kerja yang digunakan terbatas tenaga kerja rumah tangga.

Selanjutnya, profil berdasarkan sebaran distribusi frekiensi untuk pendidikan responden dominan tamat SLTA Sederajat sebanyak 46,9 %. Dan terendah tamatan pergruan tinggi hanya 6,3 %. Hal ini mengisyaratkan bahwa pendidikan dianggap cukup untuk menerima adopsi teknologi Selain itu, jika dilihat dari pengalamannya berusaha ternak ayam kampung, rata-rata tertinggi > 1-3 tahun sebanyak 43,8 % dan kurang dari 1 tahun yakni 12,5 %. Hal ini mengisyaratkan bahwa pengalaman responden sudah sangat baik, namun perlu ditingkatkan dengan system pemeliharaan intensif.

Implementasi Pemberdayaan Ekonomi, Kemampuan wirausaha dan Manajemen Pemeliharaan

Berdasarkan hasil frekuensi jawaban kelompok mitra peternak atas Implementasi Pemberdayaan Ekonomi, Kemampuan wirausaha dan Manajemen Pemeliharaan, dapat disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1
Tanggapan Responden Terhadap Implementasi Pemberdayaan Ekonomi, Kemampuan Wirausaha dan Manajemen Pemeliharaan

Variabel	Indikator	Mean	Kategori
Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (X1)	1) Memberi kesadaran bagi peternak	4,13	Tinggi
	2) Pengetahuan tentang pengorganisasian	3,78	Cukup
	3) Kaderisasi Pendampingan	3,50	Cukup
	4) Pentingnya dukungan teknis	3,41	Cukup
	5) Pengelolaan system secara terpadu	3,22	Cukup
	Jumlah	**3,61**	**Tinggi**
Kemampuan Wirausaha (X2)	1) Berani menanggung resiko yang dipertimbangkan	4,59	Sangat Tinggi
	2) Mencurahkan segenap perhatian dalam pencapaian tujuan.	4,00	Tinggi
	3) Gigih dan bekerja keras.	4,56	Tinggi
	4) Bersemangat.	4,50	Tinggi
	5) Memapu memanfaatkan umpan balik.	3,44	Cukup
	6) Bertanggung jawab.	4,47	Tinggi
	7) Percaya diri.	3,31	Cukup
	8) Berpengetahuan .	3,25	Cukup
	9) Mampu meyakinkan orang lain.	3,84	Tinggi
	10) Memiliki kemampuan manajerial.	3,22	Cukup
	11) Inovatif	2,94	Lemah
	12) Berorientasi pada tujuan	4,09	Tinggi
	Jumlah	**3,85**	**Tinggi**
Manjemen pemeliharaan (X3)	1) Memperhatikan fase-fase pertumbuhan	4,63	Sangat Tinggi
	2) Memperhatikan ketepatan waktu pemberian pakan	4,56	Tinggi
	3) Jumlah pakan ideal sesuai fase perminggu	4,50	Tinggi
	4) Menghindari resiko kematian	4,69	Sangat Tinggi
	5) Memperhatikan bobot berdasarkan siklus	4,75	Sangat Tinggi
	Jumlah	**4,63**	**Sangat Tinggi**
Pendapatan (Y)	1) Starategi Harga per ekor	4,06	Tinggi
	2) Jumlah penjualan /produksi per siklus (ekor)	4,44	Tinggi
	3) Jumlah biaya tetap	4,50	Tinggi
	4) Jumlah biaya variabel	4,59	Tinggi
	5) Jumlah biaya	4,47	Tinggi
	Jumlah	**4,41**	**Tinggi**

Tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa tanggapan anggota kelompok mitra untuk variabel pemberdayaan ekonomi masyarakat dan pemberdayaan masuk kategori tinggi dengan nilai mean masing masing sebesar 3,61. Hal ini mengindikasikan bahwa pemerdayaan ekonomi masyarakat dianggap penting. Demikian halnya kemampuan wirausaha masuk dalam kategori 3,85. Hal ini mengindikasikan bahwa pemberdayaan masyarakat sangat penting terutama kemampuan dalam mengorganisir anggota kelompok peternak. Selain itu, kemampuan wirausaha sangat penting terutama pada indikator dalam usaha peternakan, terutama pada indikator bahwa seorang wirausaha harus memiliki jiwa berani terhadap resiko dengan pertimbangan yang rasional.,Selanjutnya, variabel yang memiliki nilai mean tertinggi yaitu manajemen pemeliharaan terutuma pada indikator fase-fase pertumbuhan dengan lebih memperhatikan asupan makanan dan gizi sehingga terhindar dari resiko kematian ternak. Untuk lebih jelasnya, dapat disajikan pada tabel berikut ini.

Analisis Pendapatan Usaha

Berdasarkan analisis biaya produksi dan penjulan, maka dapat diketahui pendapatan usaha ayam kampung super system intensif, Tabel 2, menunjukkan bahwa produksi ayam kampung super system pemeliharaan yang intensif, dari populasi awal pemeliharaan DOC 300 ekor dan tingkat resiko kematian sebesar 6 %, maka produksi ayam kampung super siap panen sebanyak 282 ekor pada siklus pemeliharaan 60 hari dengan rata-rata bobot ayam 1,1 kg. Harga jual jual Rp.60.000 per ekor, sehingga

penerimaan usaha sebanyak Rp.16.920.000.- dengan total biaya sebanyak Rp. 10.987.450, maka pendapatan usaha sebanyak Rp.5.932.550 per siklus. Jika dilihat dari rasio nilai Revenue /Cost R/C) > 1.54, maka usaha peternakan ayam kampung super system intensif dinyatakan layak untuk diusahakan kelompok peternak, agar pada pasca Covid-19 kelompok peternak dapat memulihkan pendaatan keluarga.

Tabel 2
Analisa Biaya Produksi, Pendapatan dan Keuntungan (Dalam satu siklus 60 hari)

No	Uraian			Jumlah (Rp)
1	**Penerimaan hasil (282 ekor) @ Rp.60.000/ek**			16.920.000,00
2	Biaya :			
	A. Biaya Tetap (BT)		**1.200.000**	
	- Listrik (2 bulan)	200.000		
	- Administrasi	500.000		
	- Penyusutan Alat	500.000		
	B. Biaya Variabel (BV) (Rp):		**9.787.450**	
	- Bibit Ayam kampung super 300 ekor	4.050.000		
	PAKAN	-		
	- Pakan komersial	1.259.700		
	- Pakan jagung	708.750		
	- Pakan Dedak	29.000		
	- Top Mix	90.000		
	- Obat/Vit	300.000		
	- Penunjang listrik	350.000		
	- Tenaga Kerja 2 orang	3.000.000		
3	**Total Biaya (BT + B V)**			**10.987.450**
4	**Pendapatan Usaha Ternak Ayam**			**5.932.550**
5	**R / C**			**1,54**

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan bahwa usaha ayam kampung system intensif layak untuk diusahakan, karena memberikan pendapatan dan keuntungan yang cukup tinggi dilihat dari rasio R/C 1,54. Hal ini menunjukkan bahwa dengan system pemeliharaan yang baik dan intensif dengan memanfaatkan pakan lokal dengan komposisi ransum pakan lokal 70 % dan pakan komersial 30 % akan lebih efisien. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Fatma, (2022) dan Amran & Husain (2022) menunjukkan nilai R/C Ratio sebesar 1,26.

Selanjutnya, keberhasilan usaha peternakan tersebut ditunjang oleh partsispasi kelompok peternak dalam pemberdayaan ekonomi dan kemampuan wirausaha, sebagaimana hasil,penelitian Selanjutnya, kegiatan pemberdayaan melalui pendidikan keterampilan berhasil membawa diri individu menjadi terampil secara pengetahuan, perilaku, dan mengorganisasikan diri dan lingkungan social. Atmaja et al., (2022). Selain itu, Syaifudin & Ma'ruf, (2022) menjelaskan pemberdayaan masyarakat menjadi pilihan bagi Pemerintah Desa untuk menghadapi permasalahan yang ada di Desa, baik itu masalah ekonomi, sosial, atau budaya. Disisi lain, Andayani et al., (2021) Peluang pelaku UMKM untuk bertahan di masa pandemi adalah dengan memaksimalkan penjualan di pasar Online.

Hasil penelitian menggambarkan bahwa beberapa kendala yang dialami pelaku UMKM terletak pada proses pemasaran produk, sehingga strategi pemberdayaan yang

paling dibutuhkan para pelaku UMKM adalah pemberdayaan pemasaran produk secara online melalui platform market digital dan dapat melalui strategi pemberdayaan inovasi produk UMKM. Padil et al., (2021) menjelaskan bahwa pendampingan pelatihan dari berbagai pihak untuk membuka peluang pemasaran bisnis pasar online dengan upaya masyarakat desa dan BUMDes. Dampak dari bantuan pelatihan ini menghasilkan pelatihan lanjutan untuk mempersiapkan berbagai program pengembangan usaha, salah satunya adalah mempersiapkan pelatihan usaha bagi masyarakat. Selain itu, Lenshie et al., (2021) menjelaskan dalam pemeberdayaan ekonomi masyarakat pada masa Pandemic-19, diperlukan modal keuangan, material dan fasilitas perlindungan sosial yang terjangkau untuk pekerja perempuan informal untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Upaya peningkatan kemampuan untuk menghasilkan nilai tambah paling tidak harus ada perbaikan akses terhadap empat hal, yaitu akses terhadap sumber daya, akses terhadap teknologi, akses terhadap pasar dan akses terhadap permintaan. Cook (1997) dan Bartle (2003) menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan proses untuk memfasilitasi dan mendorong masyarakat agar mampu menempatkan diri secara proporsional dan menjadi pelaku utama dalam memanfaatkan lingkungan strategisnya untuk mencapai suatu keberlanjutan dalam jangka panjang.

Penelitian terkait dengan pemberdayaan ekonomi telah dilakukan oleh Dapice et al., (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kelompok perlakuan dan kelompok kontrol ditinjau dari variabel sosial demografi.Secara khusus temuan menunjukkan bahwa 72% penerima manfaat (kelompok perlakuan) telah keluar dari garis kemiskinan dibandingkan dengan non-penerima manfaat (kelompok kontrol). Selain itu, Rasyid & Nasution, (2022), Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh komunikasi CSR perusahaan terhadap pemberdayaan masyarakat. Unsur komunikasi CSR yang paling berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat adalah unsur pesan. Unsur-unsur komunikasi terdiri dari pesan, saluran, dan gangguan komunikasi yang berpengaruh positif terhadap pemberdayaan masyarakat, sedangkan komunikator dan lingkungan komunikasi berpengaruh negatif. Hal ini sejalan dengan riset Luthfiana, (2022) kemajuan paradigma pembangunan nasional yang menuju desentralisasi menimbulkan kesadaran akan pentingnya peran masyarakat sebagai aktor utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing daerah.

Ekonomi kreatif menjadi solusi alternatif sebagai talenta baru untuk mengembangkan perekonomian dengan menggali dan mengoptimalkan potensi lokal daerah, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia sebagai upaya percepatan pemulihan ekonomi desa pascapandemi COVID-19. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa gagasan dan pengelolaan potensi lokal sebagai modal pengembangan ekonomi kreatif telah diupayakan oleh masyarakat namun kurangnya arahan dan pendampingan oleh pemangku kepentingan lainnya dalam rangka kapasitas sumber daya manusia dan fleksibilitas dalam mengembangkan potensi lokal belum tercapai. dilaksanakan secara

optimal sehingga berdampak pada lambatnya pertumbuhan dan perkembangan ekonomi pedesaan.

Berdasarkan penjelasan variabel strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat di atas, telah dilakukan penelitian Kusuma et al., (2022) dan Supeni et al., (2022) peran digital marketing sebagai sebuah strategi pemasaran bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui konsep pemberdayaan ekonomi rakyat. Strategi ini sebagai langkah adaptasi untuk dapat bertahan dan bertransformasi menjadi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) unggulan di era revolusi industry 4.0 dan di masa pandemi Covid-19. Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa pemasaran produk secara digital memberikan kemudahan pelanggan memperoleh informasi suatu produk dan dapat bertransaksi berbasis internet. Penjual dapat memantau perkembangan pasar, memperoleh informasi mengenai kebutuhan dan keinginan calon pelanggan. Selain hal tersebut, pemasaran digital lebih efektif dan efisien tanpa perlu sering mobilisasi. Demikian halnya hasil kajian Abadi, (2022) dampak Covid-19 menyebabkan hilangnya pendapatan secara luas, kemampuan dan daya beli masyarakat menurun dan lebih sedikit konsumen yang mampu membeli produk bernilai tinggi, termasuk produk ayam kampung.

Program pemberdayaan akan berhasil jika anggota kelompok memiliki jiwa wirausaha. Wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumberdaya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses. Wirausahawan adalah ahlinya mengambil risiko dan bagaimana menghasilkan kombinasi baru dengan cara memperkenalkan produk-produk atau proses-proses atau mengantisipasi pasar atau mengkreasikan tipe organisasi baru (Suryana, 2006; Alma; 2010).

Penelitian yang terkait dengan wirausaha usaha sukses telah diteliti (Islam et al., (2011) Ciri-ciri wirausahawan ditemukan menjadi faktor penting bagi keberhasilan bisnis UKM di Bangladesh. Namun, karakteristik perusahaan ditemukan tidak menjadi faktor yang signifikan pada keberhasilan bisnis UKM di Bangladesh. Hasil analisis menunjukkan bahwa hanya salah satu faktor demografis yaitu lamanya organisasi beroperasi memiliki pengaruh yang signifikan menuju kesuksesan bisnis UKM. UKM yang beroperasi lebih lama lebih berhasil dalam dibandingkan dengan mereka yang telah beroperasi untuk periode yang lebih pendek.

Selain itu, Ismail, 2022), Yeon et al., (2022) dan Nwankwo & Kanyangale, n.d.2022) menunjukkan bahwa motivasi awal kewirausahaan seperti keinginan untuk berprestasi, penghargaan finansial, pengakuan sosial dan keinginan untuk mandiri secara positif dan signifikan berhubungan dengan pertumbuhan UKM. Juga, motivasi awal kewirausahaan secara positif dan signifikan mempengaruhi ciri-ciri kepribadian di antara pengusaha. Ditemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara ciri-ciri kepribadian dan pertumbuhan UKM. Selain itu, temuan menunjukkan bahwa ciri-ciri kepribadian memediasi hubungan antara motivasi memulai kewirausahaan dan pertumbuhan UKM. Penjelasan lebih lanjut, temuan Yeon et al., (2022) bahwa

perusahaan memilih pendekatan sesuai dengan risiko pasar yang mereka rasakan. Studi kasus menggambarkan bahwa perusahaan menampilkan sikap yang beragam tergantung pada arah strategis mereka, visi kepemimpinan dan budaya organisasi. Wirausaha mencapai hasil yang berbeda dengan menerapkan gaya tertentu dari praktik manajemen risiko (misalnya penghindaran risiko, pengambilan risiko, dan pengembangan risiko).

Selanjutnya, Inusah et al., (2022) Hubungan antara kepribadian kewirausahaan dan kinerja UKM. Penelitian ini mengamati total 212 pemilik usaha kecil dan pekerja. Sebanyak 119 orang dipilih dari masyarakat sebagai bagian dari penelitian. Hasil temuan, ada hubungan positif yang substansial antara ciri kepribadian wirausaha (kesadaran dan ekstraversi) dan Kinerja UKM (pertumbuhan bisnis dan profitabilitas). Penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan dan UKM memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian jangka panjang pertumbuhan. Kepribadian wirausaha, seperti kemampuan kreatif, kapasitas untuk berkolaborasi dengan orang-orang, dan cara yang baik untuk menjelaskan produk kepada klien, semuanya adalah ciri-ciri yang dapat diperoleh melalui pelatihan. Disarankan antara lain untuk UKM pemilik untuk melakukan dengan sukses, mereka harus memiliki ciri-ciri kepribadian seperti hati nurani dan extraversion, yang mampu meningkatkan pertumbuhan bisnis dengan bersaing secara efektif baik di pasar internal maupun eksternal. Lain halnya temuan Maulina et al., (2021) mencoba mengkaji peran orientasi kewirausahaan perempuan untuk mengakses dukungan keuangan eksternal: bukti empiris dari usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia menggunakan PLS-SEM, menyatakan mayoritas perempuan pengusaha bergumul dengan masalah dalam memperoleh sumber keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan akan menciptakan kemampuan finansial perempuan pengusaha dalam mendapatkan akses dukungan keuangan, serta kemampuan mengelola keuangan pengusaha perempuan akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi, dan ini menjadi lebih penting selama krisis ekonomi ketika tekanan tambahan ditempatkan pada keuangan rumah tangga.

Berdasarkan uraian temuan di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk mengurangi resiko ketidakpastian UMKM sektor peternakan dalam masa pandemi-19, hendaknya memiliki tingkat adaptasi yang tinggi dengan merespon teknologi digital sebagai sarana pemasaran dalam mempromosikan produk atau jasanya. Disamping itu, kemampuan kreatif, kapasitas untuk berkolaborasi pemasaran melalui media social yang dianggap efektif, untuk menjelaskan produk kepada klien.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : (1) Penerapan pemberdayaan ekonomi masyarakat pada usaha peternakan ayam kampung super degan system pemeliharaan intentif tergolong tinggi. (2) Kemampuan wirausaha kelompok usaha peternakan termasuk kategori mampu dalam menjalankan usahanya, demikian halnya manajemen pemeliharaan termasuk sangat tinggi dengan nilai rata-rata 3,81, dan (3) Kemampuan manajemen pemeliharaan masuk kategori sangat tinggi dibandingkan dua variabel

sebekumnya yakni pemberdayaan ekonomi dan kemampuan wirausaha. (4) Pendapatan usaha peternakan ayam kampung super system intensif Pasca Pandemi Covid sangat menguntungkan dengan nilai R/C di atas satu, dan dapat menjadi solusi bagi kelompok peternak dalam meningkatkan ekonomi keluarga

BIBLIOGRAFI

Abadi, M. (2022). *Pemberdayaan Peternak Ayam Kampung Sebagai Sumber Pendapatan di Era New Normal Covid-19 di Kelurahan Lalodati Kecamatan Puuwatu Kota Kendari*. *4*(3), 195–202. https://doi.org/10.33387/.V4I3.2393

Amran, F. D., & Husain, T. K. (2022). Peningkatan Kapasitas Bisnis pada Kelompok Peternak Ayam KUB Bumdes Cisadane. *Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 65–73. https://doi.org/10.37478/MAHAJANA.V3I1.1554

Andayani, I., Roesminingsih, M. V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, *16*(1), 12–20. https://doi.org/10.17977/UM041V16I1P12-20

Atmaja, R., Arif, R., Atikah, R., Menengah Kejuruan Pekerja Sosial SMK, S., & Utara, S. (2022). Life Skill Sebagai Langkah Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi. *Journal of Millennial Community*, *3*(2), 94–106. https://doi.org/10.24114/JMIC.V3I2.32344

Bidullah, T. (2022). Analisis Pengaruh Pajak terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Tojo Una-Una. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *13*(2), 134–138.

Dapice, D. O., Roman, M., Roman, M., Memon, P. A., Ramzan Kalhoro, M., Tariq, K., Sindhu, P., & Shaikh, S. (2022). Socio-Economic Impact of the Interest-Free Community Investment Fund: A Case Study of Rural Sindh, Pakistan. *Economies 2022, Vol. 10, Page 18*, *10*(1), 18. https://doi.org/10.3390/ECONOMIES10010018

FATMA, F. (2022). *Analisis Pemasaran dan Pendapatan Budidaya Ayamkub di Kabupaten Lombok Barat*.

Inusah, J., Yakubu, G., & Chima Onuoha, B. (2022). Entrepreneurial Personality and Performance lof Small and Medium Enterprises in Rivers State. *African Journal of Business and Economic Development |*, *2*(1), 2782–7658.

Islam, M. A., Khan, M. A., Zafar, A., Obaidullah, M., Alam, S. N., Candidate, P., & Syed Alam, M. (2011). Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh HUMAN RESOURCES MANAGEMENT View project Corporate Social Responsibility View project Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh. *Article in International Journal of Business and Management*, *6*(3). https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n3p289

Ismail, I. J. (2022). Entrepreneurial Start-up Motivations and Growth of Small and Medium Enterprises in Tanzania: The Role of Entrepreneur's Personality Traits: *https://Doi.Org/10.1177/23197145211068599*.

Kusuma, V. A. M., Sahabuddin, Z. A., & Hutasoit, P. S. J. K. (2022). Strategi Digital Marketing Pada Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Pendekatan Pemberdayaan Ekonomi Rakyat. *Jurnal cafetaria*, *3*(1), 24–35. https://doi.org/10.51742/AKUNTANSI.V3I1.492

Lenshie, N. E., Joshua, M. M., & Ezeibe, C. (2021). COVID-19 pandemic and informal women workers in peri-urban communities in Nigeria. *https://Doi.Org/10.1080/13549839.2021.1923001*, *26*(6), 754–769.

Lisnahan, C. V., Dethan, A. A., & Bani, P. W. (2021). Budidaya Ayam Kampung Pada Kelompok Ibu Rumah Tangga Sion Kefamenanu NTT. *Bakti Cendana*, *4*(1), 1–12. https://doi.org/10.32938/BC.4.1.2021.1-12

Luthfiana, A. (2022). Community Empowerment Strategy of Creative Economy Based on Local Potential Development. *Prosiding Seminar*, 84–93. https://doi.org/10.32503/PROSIDINGSEMINAR.V0I0.50

Maulina, E., Kostini, N., Purnomo, M., & Febrian, A. F. (2021). The role of women's entrepreneurial orientation to access external financial supports: Empirical evidence from the small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia using PLS-SEM. *International Journal of Trade and Global Markets*, *14*(2), 143–153. https://doi.org/10.1504/IJTGM.2021.114064

Nasution, L., Nurul, R., Peluang, S., Bank, U., Dalam, S., Pendapatan, P., Di, M., Covid, M., & Ichsan, R. N. (2021). Sosialisasi Peluang Usaha Bank Sampah Dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Masa Covid 19. *PKM Maju UDA*, *1*(3), 107–112. https://doi.org/10.46930/PKMMAJUUDA.V1I3.882

Nwankwo, C., & Kanyangale, M. (n.d.). *Entrepreneurial-marketing-and-a-new-integrative-model-an-evaluation-of-the-survival-of How is micro insurance distributed in Swaziland? Evidence from Senior Managers View project Drug Distribution View project*.

Padil, M., Miftahusyai, M., & Puji Mulyoto, G. (2021). Pendampingan Pemasaran Digital Hasil Usaha Badan Usaha Milik Desa "Selo Angon Makmur" dalam Pemberdayaan Masyarakat Terdampak Pandemi Covid-19. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(1), 250–267. https://doi.org/10.29062/ENGAGEMENT.V5I1.511

Rasyid, A., & Nasution, B. (2022). Effects of corporate social responsibility communications on community empowerment in Pekanbaru. *Linguistics and Culture Review*, *6*(S3), 12–23. https://doi.org/10.21744/LINGCURE.V6NS3.1900

Sayuti, R. H., Siti, D., & Hidayati, A. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Masyarakat di Nusa Tenggara Barat. *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, *2*(2), 133–150. https://doi.org/10.29303/RESIPROKAL.V2I2.46

Supeni, R. E., Yuliantin, A., & Wijayantini, D. B. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Sebagai Upaya Kesejahteraan Masyarakat di Era Pandemi Covid 2019. *National Multidisciplinary Sciences* , *1*(1), 11–19. https://doi.org/10.32528/NMS.V1I1.4

Syaifudin, M. Y., & Ma'ruf, M. F. (2022). Peran Pemerintah Desa Dalam Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata (studi di Desa Jurug Kabupaten Ponorogo). *Publika*, 365–380. https://doi.org/10.26740/PUBLIKA.V10N2.P365-380

Yeon, G., Hong, P. C., Elangovan, N., & Divakar, G. M. (2022). Implementing strategic responses in the COVID-19 market crisis: a study of small and medium enterprises (SMEs) in India. *Journal of Indian Business Research*. https://doi.org/10.1108/JIBR-04-2021-0137/FULL/XML

Copyright holder:
Rosida P. Adam, Suardi Mahmud Lahay, Erwan Satrawan Faris, Sri Sarjuni (2022)

First publication right:
Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

