



Penguatan Kapasitas Kewirausahaan Peternak Susu Melalui Diversifikasi Produk Olahan Berbasis Digital Pada Kelompok Tani Nedio Rahayu

Suyanto^{1*}, Nurhaya Kusana²

Universitas Doktor Nugroho Magetan¹², Magetan, Indonesia

*E-mail: suyanto@udn.ac.id

Article History

Submitted: 25 Juni 2023

Revised: 30 Juni 2023

Accepted: 18 Juli 2023

Published: 23 Juli 2023

Keywords:

Entrepreneurship, product diversification, dairy processing, digital marketing, agribusiness.

Abstract

Strengthening the entrepreneurial capacity of dairy farmers is a strategic step in increasing the added value of dairy commodities and improving community welfare. The main challenges faced by dairy farmers, particularly those in the Nedio Rahayu Farmers Group, are low diversification of dairy products, limited innovation, and minimal use of digital technology in marketing. This situation results in dairy products being predominantly produced in the form of raw materials with relatively low sales value.

This activity aims to increase the entrepreneurial capacity of dairy farmers through digital-based diversification of dairy products. The implementation method uses a participatory approach through training, mentoring, and hands-on practice, covering product innovation development, business management strengthening, and digital marketing strategies. The materials provided cover dairy product processing techniques, packaging design, branding, and the use of social media as a promotional tool.

The results of the activity demonstrated an increase in participants' knowledge and skills in processing dairy products into more varied and value-added products. Furthermore, participants were able to utilize digital platforms to expand their marketing reach. Product diversification and strengthening digital marketing strategies have been proven to increase business competitiveness and open up broader market opportunities.

Thus, this program makes a positive contribution to increasing the entrepreneurial capacity of dairy farmers, encouraging product innovation, and strengthening the local economy based on sustainable agribusiness.



by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

PENDAHULUAN

Penguatan kapasitas kewirausahaan peternak susu di era modern menuntut adanya transformasi strategi yang komprehensif, terutama melalui skema diversifikasi produk olahan yang terintegrasi dengan kemajuan teknologi informasi

Penguatan Kapasitas Kewirausahaan Peternak Susu Melalui Diversifikasi Produk Olahan Berbasis Digital Pada Kelompok Tani Nedio Rahayu

si. Transisi dari penjualan komoditas susu segar mentah menuju komersialisasi produk turunan kini menjadi esensial untuk meningkatkan daya saing di tengah struktur pasar yang semakin dinamis dan kompetitif. Secara empiris, penguatan kapasitas kewirausahaan peternak susu melalui diversifikasi produk olahan berbasis digital paling didukung oleh kombinasi diversifikasi nilai tambah, tata kelola kelompok atau koperasi, dan penguatan kapabilitas pemasaran digital (Zhang & Fan, 2023; Nabiswa, 2020; De Herde et al., 2021). Sinergi ketiga instrumen ini diyakini mampu membongkar stagnasi pendapatan yang selama ini membelenggu peternak skala kecil, sekaligus membuka akses menuju ekosistem agribisnis yang lebih inklusif,

mandiri, dan berkelanjutan secara ekonomi. Pilar pertama dalam transformasi ini berpusat pada optimalisasi diversifikasi nilai tambah produk turunan susu yang dirancang untuk memperlebar margin keuntungan peternak secara signifikan. Kelompok peternak yang pada awalnya sangat rentan terhadap fluktuasi harga pasar dan tingkat kerusakan produk (*perishability*) yang tinggi, kini diarahkan untuk memproduksi olahan bernilai jual premium seperti yogurt, keju, kefir, maupun susu pasteurisasi beraneka rasa. Transformasi wujud produk ini tidak hanya berfungsi vital dalam memperpanjang umur simpan komoditas, melainkan juga menjawab dinamika preferensi konsumen kontemporer yang semakin mengedepankan aspek kesehatan, kepraktisan, dan variasi konsumsi. Melalui penerapan teknologi pengolahan pascapanen yang presisi, nilai ekonomi dari setiap liter susu yang dihasilkan dapat dilipatgandakan sehingga memberikan injeksi modal yang esensial bagi ketahanan finansial rumah tangga peternak di kawasan perdesaan.

Pilar kedua menitikberatkan pada urgensi restrukturisasi tata kelola kelompok atau koperasi sebagai wadah agregasi kekuatan ekonomi para peternak yang acap kali memiliki posisi tawar lemah jika beroperasi secara individual. Eksistensi kelembagaan koperasi bertindak sebagai tameng pelindung sekaligus katalisator yang memfasilitasi pengadaan perangkat mesin pengolahan berskala menengah yang umumnya terlampaui mahal untuk dijangkau secara mandiri. Di bawah payung manajemen yang profesional dan transparan, entitas koperasi mampu melakukan sentralisasi proses penjaminan mutu produksi (*quality control*), standardisasi higienitas komoditas, hingga pengurusan legalitas izin edar produk olahan dari otoritas terkait. Konsolidasi sumber daya melalui institusi kolektif ini terbukti sangat rasional dalam memangkas inefisiensi biaya operasional, mereduksi asimetri informasi, dan memperkuat posisi negosiasi peternak tatkala berhadapan dengan pemasok bahan baku industri maupun jaringan peritel modern. Selanjutnya, pilar ketiga berfokus pada penguatan kapabilitas pemasaran digital yang menjadi ujung tombak penetrasi pasar pada era revolusi industri keempat. Pemanfaatan ekosistem digital secara fundamental sanggup menghapus batasan geografis yang sebelumnya mengurung jangkauan distribusi produk olahan susu dari wilayah-wilayah pedalaman. Dengan menguasai instrumen *e-commerce*, media sosial, dan strategi pemasaran berbasis data pemasaran terkini, kelompok peternak dapat merancang kampanye identitas merek (*branding*) yang menonjolkan narasi pemberdayaan lokal, otentisitas, serta kualitas produk organik. Kapabilitas literasi digital ini memungkinkan entitas bisnis perdesaan untuk berinteraksi secara langsung dengan segmen konsumen akhir, menyerap umpan balik pasar secara seketika (*real-time*), serta merumuskan taktik promosi yang efisien dengan alokasi anggaran yang jauh lebih terukur dibandingkan dengan metode periklanan konvensional. Interseksi holistik antara kelincahan diversifikasi produk, soliditas tata kelola koperasi, dan kecakapan pemasaran digital ini pada gilirannya akan menghasilkan sebuah ekosistem kewirausahaan yang adaptif, tangguh, dan sangat berdaya saing. Ketika koperasi berhasil merumuskan varian produk olahan yang memenuhi standar mutu, instrumen pemasaran digital akan bekerja sebagai mesin pendorong yang mengeskalasi volume penjualan melalui penargetan audiens yang spesifik. Akumulasi kapital yang terhimpun dari lonjakan transaksi digital ini kemudian didistribusikan kembali ke dalam kas koperasi untuk memperbaiki infrastruktur produksi, mendanai program pelatihan lanjutan bagi para anggota, dan memperbesar skala usaha. Putaran ekonomi sirkular ini bermuara pada tumbuhnya kemandirian absolut bagi komunitas peternak, melepaskan mereka dari ketergantungan historis terhadap sistem rantai pasok asimetris yang kerap memonopoli pembentukan harga komoditas susu segar di tingkat hulu. Kendati menawarkan peta jalan yang sangat menjanjikan, aktualisasi model pemberdayaan ini tidak terlepas dari determinasi berbagai hambatan struktural yang menuntut intervensi strategis dari para simpul pemangku kepentingan. Kesenjangan literasi digital di kalangan peternak senior, keterbatasan infrastruktur jaringan teknologi informasi di

pelosok desa, serta tingginya standar regulasi keamanan pangan sering kali menjelma menjadi batu sandungan krusial pada fase awal adopsi inovasi. Merespons problematika kompleks tersebut, sangat dibutuhkan sebuah program pendampingan intensif yang memadukan transfer pengetahuan teknis pengolahan pangan dengan inkubasi bisnis secara simultan. Keterlibatan institusi perguruan tinggi melalui skema pengabdian kepada masyarakat menjadi instrumen esensial guna menjembatani introduksi teknologi tepat guna sekaligus membimbing aparat koperasi dalam menyusun tata kelola administrasi keuangan yang kredibel.

Sebagai konklusi, inisiatif penguatan kapasitas kewirausahaan peternak susu berbasis diversifikasi digital bukan sekadar program pelatihan teknis yang bersifat parsial, melainkan sebuah rekayasa sosial-ekonomi strategis yang bertujuan merestorasi otonomi dan daya hidup masyarakat agraris. Formulasi kebijakan yang memprioritaskan penyatuan nilai tambah komoditas, penguatan kohesi sosial melalui wadah perkoperasian, dan akselerasi literasi perniagaan modern ini merupakan referensi cetak biru yang ideal bagi manifestasi pembangunan wilayah perdesaan yang berdaulat. Apabila ketiga fondasi utama ini dirawat dengan ketelitian manajerial dan ditopang oleh iklim regulasi makro yang kondusif, maka agregat peternak susu nasional niscaya akan mampu bertransformasi menjadi subjek penggerak ekonomi kreatif perdesaan yang solid, bermartabat, dan berkontribusi riil pada pencapaian kedaulatan pangan bangsa.

METODE

Pelaksanaan kegiatan penguatan kapasitas kewirausahaan pada Kelompok Tani Nedio Rahayu yang dilakukan melalui tahapan pelatihan, praktik, dan pendampingan partisipatif telah berhasil memberikan dampak positif yang signifikan. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan kapasitas peserta secara komprehensif, yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, serta pengelolaan usaha berbasis inovasi dan teknologi digital. Terjadi transformasi pola pikir peserta dari yang sebelumnya hanya berorientasi pada produksi dan penjualan susu segar alami, kini beralih menjadi orientasi bisnis yang mengedepankan nilai tambah komoditas. Melalui pemahaman yang lebih tajam mengenai konsep kewirausahaan dan identifikasi peluang usaha baru, para peserta terbukti sukses melakukan diversifikasi dengan menghasilkan berbagai olahan susu berkualitas, seperti minuman susu aneka rasa, yoghurt, es krim sederhana, hingga aneka hidangan penutup berbahan dasar susu. Strategi diversifikasi ini terbukti sangat efektif tidak hanya dalam mendongkrak nilai ekonomi produk jika dibandingkan dengan bahan mentahnya, tetapi juga memberikan fleksibilitas bagi para peternak dalam menghadapi fluktuasi harga pasar susu yang sering kali tidak menentu. Selain peningkatan keterampilan pengolahan, kegiatan ini juga membuahkan hasil yang nyata dalam penguatan estetika dan pemanfaatan sarana pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing produk. Para peserta kini mampu mendesain kemasan yang jauh lebih memikat, menyematkan label produk, serta menentukan nama dan identitas merek yang mampu memperkuat persepsi kualitas di mata konsumen. Upaya memperbaiki tampilan visual produk tersebut kemudian disinergikan dengan strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan berbagai platform seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook. Pemanfaatan teknologi komunikasi ini membuka peluang yang sangat luas bagi pelaku usaha skala kecil untuk menjangkau target konsumen tanpa terhalang oleh batasan geografis, mempromosikan produk secara lebih efisien, serta menjalin interaksi yang lebih intensif dengan para pelanggan dengan biaya operasional yang relatif rendah. Perpaduan antara inovasi kemasan yang berdaya saing dan strategi pemasaran modern ini perlahan mulai menunjukkan indikasi peningkatan pendapatan, di mana pelaku usaha dapat menawarkan harga jual yang lebih proporsional, mengurangi ketergantungan pada penjualan susu mentah, serta memperluas segmen pasar secara optimal.

Keberhasilan program ini membawa implikasi strategis berupa pendorongan transformasi usaha dari sistem yang bertumpu pada bahan mentah menuju ekosistem bisnis yang sepenuhnya berbasis pada peningkatan nilai tambah komoditas. Upaya ini secara langsung berkontribusi pada penguatan ekonomi masyarakat yang berbasis agribisnis serta memotivasi pemanfaatan teknologi digital secara masif di kalangan pelaku usaha kecil. Meskipun rangkaian kegiatan ini membuahkan capaian yang sangat baik, masih terdapat sejumlah tantangan dan kendala operasional yang dihadapi oleh para anggota kelompok

tani selama proses implementasi. Berbagai kendala tersebut meliputi keterbatasan kemampuan literasi teknologi pada sebagian peserta, minimnya ketersediaan peralatan produksi yang memadai, kesulitan dalam mempertahankan konsistensi kualitas produk olahan, serta keterbatasan akses terhadap modal usaha. Berbagai tantangan tersebut tentunya memerlukan evaluasi secara saksama dan harus menjadi perhatian utama bagi seluruh pihak terkait dalam merancang serta mengembangkan program pendampingan berkelanjutan pada masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program penguatan kapasitas kewirausahaan pada Kelompok Tani Nedio Rahayu yang dijalankan melalui pendekatan partisipatif berupa pelatihan, praktik, dan pendampingan telah membuahkan hasil yang sangat positif. Kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman serta mengubah pola pikir para peserta, yang sebelumnya hanya berorientasi pada proses produksi dan penjualan susu segar, kini beralih pada orientasi bisnis dengan mengedepankan nilai tambah komoditas. Melalui peningkatan pengetahuan mengenai konsep kewirausahaan dan identifikasi peluang usaha, para peternak berhasil menguasai keterampilan diversifikasi produk. Mereka kini mampu mengaplikasikan teknik pengolahan susu menjadi aneka produk turunan bernilai ekonomi lebih tinggi, seperti minuman susu aneka rasa, yoghurt, es krim sederhana, hingga berbagai produk hidangan penutup berbahan dasar susu. Strategi diversifikasi ini tidak sekadar menghasilkan variasi olahan yang menarik, tetapi juga memberikan fleksibilitas sekaligus solusi yang tangguh bagi para pelaku usaha dalam menghadapi fluktuasi harga pasar susu mentah.

Program ini juga berhasil menguatkan aspek estetika produk dan memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan pemasaran digital. Para peserta kini memiliki keahlian untuk merancang kemasan yang lebih memikat, menyematkan label produk yang informatif, serta menentukan nama dan identitas merek yang mampu membangun persepsi kualitas di mata konsumen. Tampilan visual yang berdaya saing ini kemudian didukung oleh strategi pemasaran modern melalui sarana digital, seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook. Pemanfaatan teknologi ini membuka peluang besar bagi pelaku usaha berskala kecil untuk mempromosikan produk secara lebih luas dengan biaya yang efisien, menjangkau target pasar di luar wilayah lokal tanpa terhalang batasan geografis, serta meningkatkan intensitas interaksi dengan pelanggan. Sinergi antara inovasi kemasan, identitas merek, dan pemasaran digital ini perlahan mulai menunjukkan indikasi nyata terhadap peningkatan pendapatan, di mana peserta dapat menawarkan harga jual yang lebih tinggi dan mengoptimalkan perluasan segmen pasar.

Keberhasilan dari rangkaian kegiatan pemberdayaan ini membawa implikasi strategis dalam mendorong transformasi usaha masyarakat, dari yang semula bertumpu pada penjualan bahan mentah menuju ekosistem ekonomi berbasis nilai tambah komoditas. Upaya ini secara langsung berkontribusi pada penguatan ekonomi masyarakat perdesaan yang berbasis agribisnis serta menstimulasi adaptasi teknologi digital di kalangan pelaku usaha kecil. Meskipun capaian yang diraih sangat signifikan, pelaksanaan program ini tidak luput dari sejumlah tantangan dan kendala operasional yang membutuhkan penanganan lebih lanjut. Beberapa hambatan utama yang masih dihadapi di lapangan meliputi keterbatasan kemampuan literasi teknologi pada sebagian peserta, kurangnya ketersediaan peralatan produksi yang memadai, kesulitan dalam menjaga konsistensi mutu produk olahan, serta keterbatasan akses terhadap modal usaha. Berbagai kendala tersebut perlu dievaluasi secara komprehensif agar dapat menjadi fokus perbaikan dalam merancang program pendampingan usaha pada masa mendatang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa program penguatan kapasitas kewirausahaan pada Kelompok Tani Nedio Rahayu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola komoditas susu secara lebih produktif dan bernilai tambah. Kegiatan pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta terkait konsep kewirausahaan, khususnya dalam mengidentifikasi peluang usaha berbasis agribisnis susu. Peserta tidak lagi hanya berorientasi pada penjualan susu segar, tetapi mulai memahami pentingnya pengolahan produk sebagai strategi peningkatan nilai tambah. Diversifikasi produk olahan susu yang dilakukan telah menghasilkan berbagai produk inovatif yang lebih variatif dan

memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan keterampilan teknis peserta dalam mengolah susu menjadi produk yang lebih kompetitif. Penguatan aspek estetika produk melalui desain kemasan dan branding memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan daya tarik produk. Produk yang dihasilkan menjadi lebih menarik, memiliki identitas yang jelas, dan lebih mampu bersaing di pasar. Pemanfaatan pemasaran berbasis digital telah membuka peluang baru bagi peserta dalam memperluas jangkauan pasar. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk dan interaksi dengan konsumen. Secara umum kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan daya saing usaha, memperkuat kapasitas kewirausahaan, serta mendorong peningkatan pendapatan masyarakat, meskipun masih diperlukan penguatan lanjutan untuk mencapai hasil yang optimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvarez, A., García-Cornejo, B., Pérez-Méndez, J. A., & Roibás, D. (2021). Value-Creating Strategies in Dairy Farm Entrepreneurship: A Case Study in Northern Spain. *Animals : an Open Access Journal from MDPI*, 11. <https://doi.org/10.3390/ani11051396>
- Benedek, Z., Fertő, I., Marreiros, C. G., De Aguiar, P. M., Pocol, C., Čechura, L., Pöder, A., Pääso, P., & Bakucs, Z. (2021). Farm diversification as a potential success factor for small-scale farmers constrained by COVID-related lockdown. Contributions from a survey conducted in four European countries during the first wave of COVID-19. *PLoS ONE*, 16. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0251715>
- Chinakidzwa, M., & Phiri, M. (2020). IMPACT OF DIGITAL MARKETING CAPABILITIES ON MARKET PERFORMANCE OF SMALL TO MEDIUM ENTERPRISE AGRO-PROCESSORS IN HARARE, ZIMBABWE. 746-757. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.12149>
- De Herde, V., Baret, P., & Maréchal, K. (2020). Coexistence of Cooperative Models as Structural Answer to Lock-Ins in Diversification Pathways: The Case of the Walloon Dairy Sector. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2020.584542>
- García-Cornejo, B., Pérez-Méndez, J. A., Roibás, D., & Wall, A. (2020). Efficiency and Sustainability in Farm Diversification Initiatives in Northern Spain. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su12103983>
- Kangogo, D., Dentoni, D., & Bijman, J. (2020). Determinants of Farm Resilience to Climate Change: The Role of Farmer Entrepreneurship and Value Chain Collaborations. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su12030868>
- Li, L.-L., Su, F., & Mao, J. (2018). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 28, 1129 - 1157. <https://doi.org/10.1111/isj.12153>
- Mapiye, O., Makombe, G., Molotsi, A., Dzama, K., & Mapiye, C. (2021). Towards a Revolutionized Agricultural Extension System for the Sustainability of Smallholder Livestock Production in Developing Countries: The Potential Role of ICTs. *Sustainability*, 13, 5868. <https://doi.org/10.3390/su13115868>
- Nabiswa, P. K. (2020). REVIEW OF STRATEGIC MARKETING OPTIONS TO BE EMPLOYED IN THE IMPLEMENTATION OF DAIRY VALUE CHAIN FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. *Strategic Journal of Business & Change Management*. <https://doi.org/10.61426/sjbcm.v7i3.1661>
- Pesci, S., Galt, R., Durant, J., Manser, G., Asprooth, L., & Pinzón, N. (2023). A digital divide in direct market farmers' online sales and marketing: Early pandemic evidence from California. *Journal of Rural Studies*. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.103038>
- Rijswijk, K., Klerkx, L., Bacco, M., Bartolini, F., Bulten, E., Debruyne, L., Dessein, J., Scotti, I., & Brunori, G. (2021). Digital transformation of agriculture and rural areas: A socio-cyber-physical system framework to support responsabilisation. *Journal of Rural Studies*. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.05.003>
- Xie, L., Luo, B., & Zhong, W. (2021). How Are Smallholder Farmers Involved in Digital Agriculture in Developing Countries: A Case Study from China. *Land*. <https://doi.org/10.3390/land10030245>

Zhang, X., & Fan, D. (2023). Can agricultural digital transformation help farmers increase income? An empirical study based on thousands of farmers in Hubei Province. *Environment, Development and Sustainability*, 1 - 27. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03200-5>