



Original article

Pemanfaatan ChatGPT dan Platform E-Commerce dalam Meningkatkan Manajemen Strategi pada KUB Permadi Banyumas

Kurnia Indah Sumunar ^a, Chusnul Maulidina Hidayat ^b

^{ab} Program Studi Bisnis Digital, Universitas Telkom, Kampus Purwokerto, Jl.DI Panjaitan No.128, Purwokerto 53147, Jawa Tengah, Indonesia

INFO ARTIKEL

Article history:

Received 8 August 2025

Received in revised form 12 August 2025

Accepted 12 August 2025

Published online 16 August 2025

Kata kunci:

Manajemen Strategi

Manajemen Keuangan

Manajemen Pemasaran

Keyword:

Strategic Management

Financial Management

Marketing Management

ABSTRAK

Perkembangan UMKM susu kambing di Desa Pernasidi menunjukkan potensi besar untuk terus tumbuh dan berkontribusi terhadap perekonomian. Namun terdapat permasalahan utama yang dihadapi peternak kambing yaitu kurangnya pengetahuan dalam perencanaan usaha, pemasaran produk, serta rendahnya pemanfaatan teknologi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada peternak kambing Desa Pernasidi untuk meningkatkan daya saing melalui pendekatan manajemen strategi yang aplikatif dan berkelanjutan. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk pendampingan terhadap kelompok peternak melalui kegiatan ceramah, diskusi kelompok, dan penyusunan rencana strategis usaha ternak. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, melibatkan peternak secara aktif mengidentifikasi peluang pasar, membuat perencanaan operasional terkait pemasaran dan keuangan. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peternak sebesar 34% dalam menentukan posisi pasar, mengelola sumber daya secara lebih efektif, dan pemanfaatan teknologi untuk pemasaran dan keuangan. Kegiatan ini berdampak positif pada peningkatan motivasi dan arah pengembangan usaha ternak yang lebih terstruktur. Diharapkan pendampingan berkelanjutan dapat memperkuat posisi peternak lokal dalam menghadapi persaingan pasar dan mendorong kemandirian ekonomi desa.

ABSTRACT

The development of goat milk MSME in Pernasidi Village shows significant potential for continued growth and economic contribution. However, goat breeders face major challenges, including a lack of knowledge in business planning, product marketing, and low technology utilization. This community service program aims to provide goat breeders in Pernasidi Village with insights to increase competitiveness through an applicable and sustainable strategic management approach. The program involves mentoring groups of breeders through lectures, group discussions, and the development of strategic livestock business plans. A participatory approach is used, with breeders actively involved in identifying market opportunities and developing operational plans related to marketing and finance. The mentoring program demonstrates a 34% increase in breeders' understanding of market positioning, more effective resource management, and the use of technology for marketing. This program has had a positive impact on increasing motivation and guiding the development of a more structured livestock business. Ongoing mentoring is expected, so local breeders will strengthen the position in facing market competition and encourage village economic independence.

Publisher's note:

Penerbit tetap netral mengenai klaim yurisdiksi dalam peta yang diterbitkan dan afiliasi institusional, sementara penulis bertanggung jawab penuh atas keakuratan konten dan implikasi hukum apa pun.



1. PENDAHULUAN

Sektor peternakan merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya di wilayah pedesaan (Chatra, 2025). Di antara berbagai jenis ternak, kambing memiliki peran strategis karena mudah dipelihara, cepat berkembang biak, dan memiliki permintaan pasar yang relatif stabil, baik untuk konsumsi daging, susu, maupun produk olahan lainnya (Prihtiyantoro et al., 2022). Selain itu, dalam konteks pembangunan ekonomi, sektor peternakan berkontribusi sebagai penggerak utama di wilayah pedesaan (Heryanto et al., 2024). Salah satu daerah pedesaan yang memiliki potensi besar dalam pengembangan peternakan kambing adalah Desa Pernasidi yang terletak di Kecamatan Cilongok, Kabupaten Banyumas. Desa ini memiliki karakteristik geografis, iklim, dan sumber daya alam yang mendukung kegiatan peternakan, serta komunitas masyarakat yang sebagian besar menggantungkan hidupnya dari sektor pertanian dan peternakan.

Salah satu komunitas masyarakat yang memiliki usaha di sektor peternakan adalah Kelompok Usaha Bersama (KUB) Permadi. KUB Permadi memiliki anggota aktif 20 orang. Jumlah populasi kambing adalah 5 ekor yang berasal dari Australia. Walaupun didukung dengan potensi alam dan sumber daya yang mendukung, kondisi KUB Permadi masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola usaha ternak secara efektif. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui wawancara awal dengan koordinator KUB Permadi, maka disimpulkan bahwa sistem pemeliharaan yang dilakukan masih tradisional dan masih belum memiliki sistem manajemen yang baik. 90% pemasaran dilakukan dengan melakukan penjualan langsung ke tetangga desa, pencatatan keuangan juga hanya 70% yang dicatat secara tertulis. Pemasaran digital belum dilakukan sehingga belum ada informasi yang diperoleh secara online terkait produk susu kambing di KUB Permadi. Koordinator KUB Permadi juga menginfokan bahwa kurangnya akses terhadap informasi, pelatihan, dan pendampingan yang tepat juga menjadi salah satu faktor penghambat dalam pengembangan usaha peternakan secara berkelanjutan.

Melihat kondisi tersebut, terlihat adanya urgensi untuk melakukan pendampingan kepada masyarakat di Desa Pernasidi karena masih rendahnya manajemen usaha, akses pasar yang terbatas, dan kesadaran digital masih rendah. Untuk itu, Program studi Bisnis Digital Universitas Telkom menginisiasi perlunya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan wawasan para peternak dalam menerapkan strategi manajemen yang lebih modern, efisien, dan dapat meningkatkan daya saing. Melalui kegiatan ini, diharapkan para peternak kambing di Desa Pernasidi dapat memperoleh pengetahuan praktis dan aplikatif mengenai perencanaan usaha, manajemen pakan, pengelolaan keuangan, hingga pemasaran produk sebagai bentuk manajemen strategi.

Manajemen strategi adalah suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai analisis dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut dapat memberikan dampak positif bagi organisasi secara jangka panjang (Lynch, 2015). Salah satu fokus kajian dalam manajemen strategi adalah bagaimana organisasi dapat mengambil keputusan berdasarkan strategi untuk mencapai tujuan yang berkelanjutan. Berdasarkan data dari Bapenas (2025), saat ini, *Sustainable Development Goals* (SDG) di Indonesia mengacu pada tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Salah satu tujuan SDG adalah pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi yang tertuang pada *Goal 8*. Indikator pencapaian pada goal 8 adalah Rencana dan implementasi Strategi Pelaksanaan Sasaran Pola Konsumsi dan Produksi Berkelanjutan. Program PkM ini mendukung tujuan SDG karena dengan adanya pendampingan yang diberikan dapat menambah wawasan para peternak

kambing yang pada akhirnya dapat meningkatkan produksi yang berkelanjutan. Selain itu, kambing perah menjadi salah satu penyumbang protein hewani yang cukup banyak diminati masyarakat (Anam et al., 2022) sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa pernasidi dengan pengelolaan peternakan kambing yang baik. Peternakan kambing perah telah terbukti dapat memperbaiki kesejahteraan dan sebagai sumber penghasilan harian para peternak (Prihtiyantoro et al., 2022).

Kegiatan pengabdian ini tidak hanya akan memberikan manfaat dalam jangka pendek berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga dalam jangka panjang dengan terciptanya komunitas peternak yang mandiri, inovatif, dan mampu bersaing di pasar lokal maupun regional. Dengan demikian, kegiatan ini merupakan kontribusi nyata dunia akademik dalam mendukung program SDG Pemerintah yaitu pertumbuhan ekonomi desa.

2. METODE

Dalam rangka memecahkan masalah yang telah diuraikan pada Bab I, maka Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) menyampaikan materi strategi manajemen dalam meningkatkan daya saing dengan peserta para peternak kambing KUB Permadi di Desa Pernadi, Kabupaten Banyumas. Adapun target khalayak sasaran kegiatan PkM sebanyak 20 orang yang diperoleh dengan metode sampling jenuh. Tempat kegiatan di Balai RW 01 Desa Pernasidi dengan waktu pelaksanaan adalah hari Selasa, 20 Mei 2025 jam 13.00-16.00. Bahan yang digunakan adalah materi yang disajikan melalui proyektor dalam bentuk powerpoint sehingga alat yang digunakan untuk acara berupa laptop, speaker, dan mikrofon.

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan PkM ini adalah sebagai berikut:

- 1) Observasi dan Identifikasi Masalah
Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim melakukan observasi awal dan wawancara singkat dengan beberapa pelaku usaha setempat untuk mengidentifikasi tantangan dan kebutuhan utama dalam hal manajemen usaha. Fokus utama diarahkan pada aspek perencanaan, pengelolaan keuangan, dan pemasaran.
- 2) Eksplorasi Literatur
Tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan eksplorasi literatur untuk mengatasi permasalahan di Desa Pernasidi, hasil literatur disajikan dalam sebuah materi sosialisasi pendampingan para peternak berupa Power Point.
- 3) Metode Ceramah
Metode ini digunakan untuk menyampaikan materi yang bersifat dasar non teknis atau berupa teori. Pada bagian ini pemberi materi menyampaikan materi tentang strategi manajemen yang berfokus pada analisis tren untuk perencanaan strategi manajemen pemasaran dan keuangan.
- 4) Metode Demonstrasi
Metode demonstrasi digunakan untuk memberikan contoh praktis terkait materi yang disampaikan dengan mempraktekan pencarian ide branding produk dengan menggunakan teknologi.
- 5) Metode Tanya Jawab dan Diskusi
Metode tanya jawab digunakan untuk memberikan kesempatan bagi peserta yang masih belum memahami materi. Selanjutnya dilakukan diskusi lebih lanjut terkait pertanyaan dan kebutuhan peserta.
- 6) Evaluasi Pelaksanaan Program Pengabdian

Dalam pelaksanaan program pengabdian dalam bentuk pendampingan ini terdapat 3 aspek yang akan menjadi tolak ukur dasar pencapaian dari kegiatan ini. Tolak ukur keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan adalah berdasarkan 3 aspek yaitu: (1) kehadiran peserta, (2) partisipasi dan kesungguhan peserta, dan (3) hasil pelatihan. Selain itu terdapat evaluasi tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan PkM yang diukur berdasarkan kuesioner yang disebar setelah kegiatan.



Gambar 1. Tahapan Pengabdian kepada Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Desa Pernasidi dilaksanakan pada hari Selasa, 20 Mei 2025 pada jam 13.00 sampai dengan selesai. Acara dibuka oleh Kepala Dusun 1 Desa Pernasidi, Bapak Septian Dani Prasetyo. Bapak Kadus dalam sambutannya menyambut baik kegiatan PkM ini karena kegiatan pendampingan sangat dibutuhkan oleh peternak kambing. Selain itu Bapak Yahya Nadi Septiawan selaku koordinator KUB Permadi juga menyampaikan apresiasi dengan topik pendampingan karena memang topik manajemen strategi khususnya pemasaran sangat dibutuhkan oleh peternak kambing. Semua peserta PkM adalah para peternak kambing yang tergabung dalam KUB Permadi.

Penyampaian materi kegiatan yang disampaikan berupa penjelasan terkait dengan peluang produk susu kambing dengan analisis tren saat ini dan manajemen strategi terkait perencanaan keuangan dan pemasaran. Manajemen strategi sangat dibutuhkan oleh organisasi untuk mencapai suatu tujuan (Syahkuan, 2022). Pertanyaan yang diberikan pada peternak kambing di Desa Pernasidi adalah, “Apakah Bapak-Bapak memiliki pengetahuan terkait dengan manajemen, terutama manajemen pemasaran?”. Para peternak kambing serentak menjawab tidak mengetahui. Memperhatikan fenomena ini, tampak bahwa pentingnya pengetahuan tentang manajemen untuk organisasi. Tujuan dari manajemen adalah untuk memastikan bahwa semua kegiatan organisasi terarah pada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Lestari et al., 2025).

Topik materi pertama adalah terkait dengan peluang produk susu kambing, pemateri dan peserta berdiskusi terkait tren produk alam di Indonesia. Berdasarkan data dari penelitian Widyaningtyas (2024), tren produk alami di Indonesia mengalami peningkatan permintaan untuk produk organik. Hal ini didorong oleh kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat. Selain itu pertumbuhan pasar produk Kesehatan dan suplemen juga tumbuh sebesar 8% pada tahun 2024 dikarenakan meningkatnya perhatian masyarakat terhadap kesehatan pasca pandemi. Berdasarkan data tersebut, pemateri mengajak para peternak untuk merubah mindset. Sebelumnya, para peternak cenderung memiliki pola pikir yang berorientasi pada proses peternakan sehari-hari. Para peternak kurang memiliki inisiatif untuk mencari peluang bisnis. Pemateri memberikan penjelasan terkait analisis peluang bisnis susu kambing dengan simulasi kasus nyata sehingga

memberikan pemahaman yang baik kepada para peternak dalam memahami pentingnya adaptasi dan fleksibilitas untuk mengembangkan usaha. Sebagai hasilnya, terdapat peningkatan kesadaran peserta mengenai pentingnya mengembangkan usaha ternak, khususnya dalam branding, kemasan, dan pemasaran.



Gambar 2. Penyampaian Materi Pengabdian kepada Masyarakat

Selanjutnya Pemutaran video edukasi terkait metode pemasaran digital ditayangkan. Kemudian, pemateri menjelaskan terkait pemanfaatan teknologi terkini dalam pemasaran digital. Pemateri menjelaskan ide pemasaran melalui demonstrasi pemanfaatan chatgpt untuk mencari ide branding. Sebelumnya para peternak kesulitan mencari nama branding dari susu kambing. Namun setelah penyampaian materi, para peternak mengetahui pemanfaatan teknologi untuk memudahkan pencairan ide. Selain itu, pemateri juga menjelaskan strategi pemasaran melalui pemanfaatan sosial media (Instagram atau facebook) untuk memasarkan produk. Para peternak menginfokan jika sudah memiliki akun sosial media, namun tidak memiliki ide konten yang baik. Berdasarkan hal tersebut, pemateri mencari solusi dengan menjelaskan pemanfaatan teknologi Canva. Para peternak KUB Permadi diajarkan untuk membuat konten visual berkualitas tinggi menggunakan Canva. Dengan adanya pemanfaatan teknologi, para peternak dapat memahami pentingnya visual yang menarik dalam mempromosikan suatu produk.

Pemateri menekankan strategi pemasaran pada pengoptimalan E-Commerce, susu kambing dapat dipasarkan melalui platform penjualan atau pembuatan website. Sebelumnya, susu kambing hanya dijual disekitar Desa Pernasidi tanpa penjualan online. Dengan adanya sosialisasi ini, para peternak memiliki ide untuk memasarkan produk secara online dengan menggunakan design produk dan konten yang menarik dari Canva. Selain kurangnya pemanfaatan teknologi, para peternak juga kesulitan jika penjualan online harus dikirim ke seluruh Indonesia. Hal ini dikarenakan susu kambing yang dibuat tanpa bahan pengawet. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, diperlukan adanya pendampingan lanjutan untuk pembuatan susu yang tahan lama untuk pengiriman seluruh Indonesia.

Materi pendampingan terakhir yang dijelaskan adalah terkait rencana tindak lanjut. Para peternak diminta untuk memahami situasi dan kondisi saat ini di KUB Permadi. Pemateri dan Para peternak berdiskusi menyusun strategi manajemen, baik strategi manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Berfokus pada strategi pemasaran dengan pemanfaatan teknologi, para peternak membuat rencana pemasaran dan

menyusun anggaran berdasarkan rencana tersebut. Diharapkan kedepannya, para peternak dapat menyusun strategi selain pemasaran beserta anggarannya secara mandiri.



Gambar 3. Penyampaian Materi Pengabdian kepada Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan PkM di KUB Permadi Desa Pernasidi, Kabupaten Banyumas, bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para peternak kambing, khususnya dalam manajemen strategi pemasaran. Program ini juga dirancang untuk mengetahui berbagai permasalahan yang dihadapi oleh para peternak. Dengan fokus pada solusi permasalahan dan peningkatan keterampilan, Tabel 1 berikut adalah identifikasi masalah, solusi, dan luaran yang dicapai.

Tabel 1. Solusi Kegiatan dan Target Program

No.	Masalah	Solusi	Luaran
1	Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan teknologi	Pemberian pelatihan terkait penggunaan canva dan sosial media	Adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan para peternak KUB Permadi mengenai pemanfaatan teknologi untuk strategi manajemen
2	Pemasaran produk peternakan yang belum optimal	Pemberian pendampingan tentang pemanfaatan e-commerce	Adanya e-commerce yang dibuat oleh KUB Permadi
3	Kurangnya pengetahuan terkait penyusunan anggaran	Pemberian pendampingan tentang penyusunan anggaran	Adanya peningkatan pengetahuan para peternak KUB Permadi terkait penyusunan anggaran yang berfokus pada program strategi pemasaran

Sumber: olahan penulis (2025)

Berdasarkan solusi pada Tabel 1 di atas, kegiatan PkM ini berfokus pada manajemen strategi yang mencakup keuangan dan pemasaran dengan pemanfaatan teknologi. Materi pelatihan meliputi analisis tren saat ini, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran. Tidak hanya ceramah materi, namun juga demonstrasi pemanfaatan teknologi telah disampaikan oleh pemateri. Sesi diskusi juga berjalan dengan

interaktif dikarenakan adanya komunikasi yang baik antara para peternak kambing di Desa Pernadi, Kabupaten Banyumas dengan tim PkM program studi Bisnis Digital Universitas Telkom. Selain itu, faktor pendorong yang mempengaruhi kelancaran pelaksanaan kegiatan ini adalah adanya partisipasi aktif peserta dalam pemaparan materi dan diskusi. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan wawasan peternak kambing untuk meningkatkan daya saing dengan strategi manajemen.

Pembahasan mengenai kegiatan PkM di Desa Pernasidi ini memiliki fokus utama pada manajemen strategi. Dengan adanya pelatihan mengenai manajemen strategi dapat memberikan hasil yang nyata bagi peternak untuk peningkatan pengetahuan yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan para peternak. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Agus Afriliyanto & Ita Aristia Sa'ida (2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan dan peningkatan pendampingan dapat meningkatkan produktivitas dan keberlanjutan usaha ternak. Penerapan manajemen sebagai langkah strategi awal merupakan langkah yang baik untuk meningkatkan keberlanjutan usaha (Kurniawan & Nuryanah, 2017). Hal ini relevan dengan literatur yang menekankan pada peran manajemen dalam pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan organisasi (Lynch, 2015).

Sebelum memberikan materi, pemateri melakukan evaluasi berupa pretest dan post-test kepada peternak KUB Permadi. Tujuan evaluasi adalah untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam manajemen strategi usaha ternak kambing, pemasaran digital, dan pencatatan keuangan sederhana. Hasil pre-test dan post-test dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Pre Test dan Post-Test

No.	Nama Peserta	Skor Pre-Test	Skor Post-Test	Peningkatan
1	Peserta 1	50	80	30
2	Peserta 2	45	75	30
3	Peserta 3	40	80	40
4	Peserta 4	55	80	25
5	Peserta 5	50	90	40
6	Peserta 6	45	80	35
7	Peserta 7	50	80	30
8	Peserta 8	45	85	40
9	Peserta 9	40	75	35
10	Peserta 10	55	85	30
11	Peserta 11	45	80	35
12	Peserta 12	35	75	40
13	Peserta 13	45	80	35
14	Peserta 14	50	85	35
15	Peserta 15	55	80	25
16	Peserta 16	40	75	35
17	Peserta 17	40	80	40
18	Peserta 18	45	85	40
19	Peserta 19	50	80	30
20	Peserta 20	50	80	30
Rata-Rata		46,5%	80,5%	34%

Berdasarkan data evaluasi pre-test dan post-test di atas terlihat bahwa terjadi peningkatan rata-rata skor sebesar 34% dengan rata-rata skor pre-test sebesar 46,5% dan rata-rata post-test sebesar 80,5%. Peningkatan terbesar adalah 40 poin yang diperoleh 6 peserta. Dan peningkatan terkecil adalah 25 poin yang diperoleh 1 peserta. Pertanyaan yang diberikan terkait dengan pemahaman pemanfaatan chatGPT dan platform e-commerce untuk kegiatan manajemen pemasaran dan keuangan.

Materi pertama yang diberikan berfokus pada perubahan mindset kewirausahaan para peternak KUB Permadi. Penguatan karakter kewirausahaan bagi peternak kambing memiliki peran krusial, sebagaimana dijelaskan dalam teori yang menyatakan bahwa kewirausahaan tidak cukup hanya mengandalkan keterampilan teknis, melainkan juga membutuhkan cara berpikir yang inovatif dan sikap proaktif. Penekanan ini sejalan dengan temuan Gielnik (2014), yang menyebutkan bahwa atribut kewirausahaan seperti keberanian mengambil risiko, kreativitas, serta kemampuan berinovasi merupakan faktor penentu keberhasilan dalam mengelola usaha, khususnya di sektor informal seperti peternakan. Dalam kegiatan PkM ini, pelatihan dimulai dengan memberikan motivasi kepada para peternak kambing untuk berpikir di luar batasan konvensional dan mengenali potensi dari sumber daya yang dimiliki.

Materi selanjutnya adalah peningkatan kapasitas pemanfaatan teknologi untuk strategi pemasaran. Menurut penelitian oleh Ardiansyah et al. (2023), pemanfaatan teknologi untuk branding suatu produk dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Hal ini sejalan dengan kajian yang diungkapkan oleh Wisnuaji (2023) yang menunjukkan bahwa pemasaran melalui platform e-commerce dan media sosial, seperti Instagram, shopee, dan facebook sangat efektif untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan penjualan. Selain itu, penerapan teknologi digital dalam konteks pengolahan hasil ternak juga sejalan dengan penelitian (Li et al., 2023) yang menekankan bahwa pemanfaatan platform digital dalam kegiatan bisnis mampu mendorong peningkatan efisiensi serta mendukung UMKM dalam proses transformasi digital guna menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif. Dengan adanya pemasaran media sosial dapat memperkuat posisi di pangsa pasar (Min & Kim, 2022). Dengan demikian, perubahan mindset dan penerapan teknologi digital dalam pemasaran menjadi faktor utama dalam keberhasilan PkM ini.

Para peternak yang telah mengikuti pendampingan ini mengaku lebih termotivasi untuk mencoba metode pemasaran baru dan menyadari pentingnya strategi manajemen. Hasil evaluasi kepuasan peserta juga menunjukkan 85% yang dapat dikategorikan sangat puas dengan kegiatan PkM. Skor tertinggi terlihat dari kepuasan peserta terhadap tim pengabdian kepada masyarakat yang memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan peserta. Para peternak juga dapat menyampaikan permasalahan dan ditindaklanjuti dengan baik oleh pemateri melalui diskusi yang interaktif.



Gambar 4. Dokumentasi Pengabdian kepada Masyarakat

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan tema Pendampingan Penguatan Daya Saing Peternak Kambing Melalui Manajemen Strategi yang dilaksanakan di Desa Pernasidi, Kabupaten Banyumas telah berjalan dengan baik dan mendapat respons positif dari para peserta, khususnya para peternak kambing. Melalui kegiatan ini, peserta mendapatkan wawasan tentang pentingnya manajemen strategi dalam menjalankan bisnis. Materi yang disampaikan meliputi peluang produk susu kambing dengan analisis tren saat ini dan manajemen strategi terkait perencanaan keuangan dan pemasaran. Secara umum, kegiatan ini memberikan implikasi dan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas manajerial peserta dengan pemanfaatan teknologi yang relevan seperti ChatGPT dan platform e-commerce, mendorong pola pikir strategis untuk perencanaan pemasaran dan keuangan, serta memotivasi peternak kambing untuk mengembangkan usaha dengan metode pemasaran yang lebih terarah. Keterbatasan dalam kegiatan ini adalah waktu pelaksanaan dengan durasi yang relatif singkat, variasi tingkat literasi digital peserta, dan kurangnya akses terhadap koneksi internet. Saran kegiatan selanjutnya adalah (1) diperlukan adanya program lanjutan berupa pendampingan jangka panjang agar peserta dapat terus mengembangkan strategi manajemen secara bertahap sesuai dengan kondisi lapangan. (2) disarankan dapat menjalin kerjasama dengan dinas terkait, maupun komunitas bisnis agar hasil PkM dapat terintegrasi dengan program pembinaan yang lebih luas.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sebagai tim PkM dalam kegiatan ini mengucapkan terima kasih kepada Kepala Dusun 1 yaitu Bapak Septian Dani Prasetyo dan Ketua Kelompok Peternak Kambing Desa Pernasidi – KUB Permadi yaitu Bapak Yahya Nadi Septiawan atas terselenggaranya acara ini dengan lancar. Para mahasiswa yang telah membantu dalam dokumentasi dan persiapan kegiatan. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas dukungan kegiatan yang diberikan.

6. REFERENSI

- Agus Afriliyanto, & Ita Aristia Sa'ida. (2024). Pelatihan Dan Pendampingan Pertanian Terpadu Melalui Manajemen Budidaya Ternak Dan Pertanian. *Al-Umron : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 23–31.
- Anam, C., Aziz, F., Febrina, F., & Dian, N. (2022). Manfaat Susu Kambing Etawa Bagi Masyarakat Kampung Ekologi Temas Kota Batu. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 5(1).
- Ardiansyah, M. R., Maesaroh, L., Dewi, R. A., Fauziah, R., Unnaafilah, I., Padilah, P., Zulfy, M. A., Fahreza, A. R., Cicalung, K. D., Cicalung, D., & Wangun, D. (2023). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Peningkatan Daya Saing UMKM di Desa Wangun Harja. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Babakti*, 03(2).
- Chatra, A. (2025). *Potensi dan Sektor Unggulan Ekonomi Desa* (Frida Nurul Azizah (ed.)). PT Star Digital Publishing, Yogyakarta.
- Gielnik, M. F. M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 414–439.
- Heryanto, H., Mukhlis, A., Arifin, Z., Abdullah, S. H., Priyati, A., & Ali, M. (2024). Environmentally Friendly Integrated Community Livestock Development Model Towards Sustainable Livestock in West Nusa Tenggara (Epistemological Studies With a Systems Approach). *Jurnal Agri Sains*, 8(2). <http://ojs.umbungo.ac.id/index.php/JAS/index>
- Kurniawan, M. I., & Nuryanah, S. (2017). The Effect of Corporate Tax Avoidance on the Level of Corporate Cash Holdings: Evidence from Indonesian Public Listed Companies. *Business and Finance Journal*, 11(114), 38–52.
- Lestari, Y. D., Wurjaningrum, F., Auliandri, T. A., & Sridadi, A. R. (2025). Pengayaan Kemampuan Pemasaran dan Kewirausahaan Peternak Domba Desa Summersawit Kabupaten Magetan (Enhancing Marketing and Entrepreneurship Skills of Sheep Farmers in Summersawit Village Magetan Regency). *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(4), 801–810.
- Li, H., Yang, Z., Jin, C., & Wang, J. (2023). How an industrial internet platform empowers the digital transformation of SMEs: theoretical mechanism and business model. *Journal of Knowledge Management*, 27(1).
- Lynch, R. (2015). Strategic Management 8th Edition. In *Pearson Education*.
- Min, S. A., & Kim, B. Y. (2022). SMEs' digital transformation competencies on platform empowerment. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 897–907.
- Nasional, S. (2025). *Metadata Indikator SDGs Indonesia*. <https://sdgs.bappenas.go.id/metadata-indikator-sdgs/>
- Prihtiyantoro, W., Agustin, C., & Sudarisman, S. (2022). Penyuluhan Manajemen Pakan Kambing Perah di KPP Pangestu Desa Kemirikebo Berbasis Self mixing. *Peternakan Abdi Masyarakat (PETAMAS)*, 2(2).
- Syahkuan, J. (2022). *Manajemen Strategik dalam Organisasi*. NEM.
- Widyaningtyas, D. (2024). Analisis Trend dan Peluang Bisnis Produk Herbal. *Journal of Law, Economics, and English*, 6, 1–10.
- Wisnuaji, P. T. (2023). Penerapan Digital Marketing untuk Peningkatan Pemasaran UKM Heppi Kitchen Depok. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 139–146.