

POTENSI LAHAN PERTANIAN DAN PETERNAKAN DALAM MENGEMBANGKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DESA PASIR AWI UNTUK MENCAPAI PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

Neni Sumarni ¹, Ahmad Nurhidayat ², Mulia Prihandoyo ³

Universitas Buana Perjuangan Karawang

neni.sumarni@ubpkarawang.ac.id Mn17.ahmadnurhidayat@mhs.ubpkarawang.ac.id

T117.muliaprihandoyo@mhs.ubpkarawang.ac.id

ABSTRAK

Penyelenggaraan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dengan cara memanfaatkan potensi pertanian dan peternakan yang ada di desa Pasir Awi, guna mencapai pembangunan berkelanjutan. Metode yang kami gunakan saat ini adalah dengan menyebarkan kuisioner yang telah disiapkan oleh LPPM UBP Karawang kepada masyarakat desa Pasir Awi, khususnya aparat pemerintahan desanya. Kemudian dari hasil pengisian kuisioner ini diperoleh data yang menyatakan bahwa lahan pertanian, adanya hasil tani brokoli sebesar 2,5ton/Ha dan peternakan, berupa ternak kambing, sapi, ikan yang dimiliki oleh desa Pasir Awi begitu besar sehingga dapat dijadikan potensi untuk mengembangkan perekonomian masyarakat desa tersebut. Untuk mencapai pembangunan berkelanjutan pada sector ekonomi dengan memanfaatkan lahan pertanian dan peternakan ini, dimana dapat dikembangkan dengan membuat Usaha Mikro Kecil dan Menengah, seperti memanfaatkan kotoran ternak untuk dijadikan kompos, memasarkan hasil pertanian brokoli dengan berbagai macam strategi pemasaran yang disesuaikan saat ini.

Kata Kunci : *UMKM, Pertanian, Peternakan, Kompos, Strategi Pemasaran.*

Abstract

The implementation of this community services aims to improve the community's economy by utilizing the potential of agriculture and livestock in the village of Pasir Awi to achieve sustainable development. The method we are currently using is to distribute the questionnaire prepared by LPPM UBP Karawang to the people of Pasir Awi Village, especially the village government officials. Then from the results of filling in this questionnaire, data is obtained stating that the agricultural land has broccoli farms of 2,5 tons / ha and livestock in the form of fish, cattle goats, cow owned by the village of Pasir Awi are so large that they can be used as a potential to develop the economy of the village community. To achieve sustainable development in the economic sector by utilizing agricultural land and livestock, which can be developed by making micro, small and medium enterprises, such as utilizing livestock manure for compost, marketing broccoli agricultural products with a variety of marketing strategies that are currently adjusted.

Keywords : *UMKM, agriculture, livestock, compost, marketing strategy.*

PENDAHULUAN

Desa Pasirawi merupakan desa yang terletak di Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang, Jawa Barat dengan luas 576.7 Ha. Sebagian besar penduduknya bekerja sebagai buruh tani. Jumlah penduduk di Desa Pasirawi sebanyak 5.893 orang dan jumlah kepala keluarga 1.810 KK. Selain bertani, masyarakat juga bekerja sebagai buruh Perusahaan Swasta, Perusahaan Pemerintah dan pada sektor UMKM. Pada sektor UMKM yang ada di desa pasirawi di bagi menjadi beberapa kategori dari sektor pertanian, dan penyediaan jasa swasta.

Hampir sebagian besar perekonomian masyarakat Desa Pasirawi bergantung pada sektor pertanian. Dengan luas lahan produksi tanaman padi 404 Ha dan luas lahan produksi tanaman brokoli 2.5 Ha tentunya menjadi salah satu keuntungan tersendiri untuk masyarakat. Dari sektor industri pengolahan dan jasa swasta hanya sebagian kecil dari masyarakat yang bergantung pada sektor tersebut. Dengan pengolahan dan strategi pengembangan UMKM khususnya di Desa Pasirawi yang kurang di manfaatkan dengan baik akan menjadi permasalahan yang serius. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang strategis dalam perenonomia suatu Negara. UMKM sangat berpengaruh terhadap penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi, menekan angka pengangguran, menyediakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan suatu Negara. UMKM perlu di kembangkan karena memiliki peranan penting dalam pengembangan ekonomi Negara dan Daerah (Departemen Perdagangan, 2008). Pengembangan UMKM menjadi salah satu hal yang krusial mengingat UMKM mempunyai peranan yang demikian penting untuk pertumbuhan ekonomi sebuah Negara termasuk di Indonesia (Husband and Purnendu, 1999; Tambunan, 2005). Dengan adanya strategi pengembangan yang terintegrasi diharapkan UMKM menjadi kegiatan ekonomi yang memiliki nilai tambah dan berdaya saing tinggi, tidak hanya memiliki keunggulan komparatif melainkan keunggulan kompetitif (Tambunan, 2002).

Pengertian ekonomi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) (KBBI, 2016) adalah ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti hal keuangan, perindustrian, dan perdagangan). Dalam KBBI, ekonomi juga dapat diartikan sebagai pemanfaatan uang, tenaga, waktu, dan sebagainya yang berharga atau juga sebagai tata kehidupan perekonomian dalam suatu negara atau urusan keuangan rumah tangga.

Ekonomi mikro adalah ilmu yang membahas tentang peran individu pelaku ekonomi. Bagaimana rumah tangga dan perusahaan membuat keputusan. Serta berinteraksi di dalam pasar tertentu (Mankiw, 2006).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mewujudkan stabilitas ekonomi nasional (Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, 2008).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai fungsi yang sangat strategis dalam perekonomian masyarakat. UMKM berperan dalam penyerapan tenaga kerja pada pembuatan barang dan jasa. Berdasarkan data yang didapatkan, terdapat beberapa UMKM di Desa Pasirawi yang bergerak pada pembuatan pupuk untuk kebutuhan pertanian. Akan tetapi karena manajemen yang kurang tepat, UMKM di Desa Pasirawi tidak dapat bersaing dengan UMKM sejenis yang lain.

Pemanfaatan kotoran ternak yang dapat dijadikan kompos atau pupuk juga dapat di galakkan untuk menjadi lahan usaha, dimana hal ini belum disentuh oleh masyarakat desa tersebut. Kurangnya pemahaman pembuatan pupuk organik dan cara memasarkan pupuk yang memang masih meragukan di benak masyarakat desa menjadi penyebab untuk tidak memanfaatkan kotoran ternak menjadi sebuah usaha atau industry, masih pada tahap penggunaan pupuk untuk kalangan tersendiri.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di mana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut.

Berikut ada beberapa pengertian strategi Menurut Para Ahli :

- Menurut Tjiptono

Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarannya.

- Menurut Guiltinan dan Paul

Strategi pemasaran merupakan pernyataan pokok yang berkenaan dengan dampak atau akibat yang diharapkan mencapai permintaan pada target pasar yang sudah ditentukan.

- Menurut Philip Kotler

Strategi pemasaran merupakan pola pikir yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran pada suatu perusahaan, bisa mengenai strategi spesifik untuk sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran (marketing mix), dan besarnya sebuah pengeluaran pemasaran.

- Menurut Stanton

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menetapkan harga suatu produk sampai memasarkannya serta mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memberikan kepuasan pembeli actual serta potensial.

METODE

Sasaran kegiatan ini adalah masyarakat desa Pasir Awi, yang memiliki lahan pertanian dan peternakan dan yang ingin membuat usaha dengan memanfaatkan potensi yang ada. Hal ini didasari dari pola pikir bagi mereka yang ingin mendirikan UMKM dengan cara pemanfaatan potensi tersebut. Dimana proses nya dengan cara sosialisasi, pendampingan dan pemahaman pembuatan usaha kecil, pembuatan kompos atau pupuk organic dengan memanfaatkan media kotoran ternak serta memberikan penyuluhan untuk cara memasarkan atau strategi pemasaran yang tepat di masa saat ini.

Metode yang digunakan untuk proses saat ini baru pada tahap sosialisasi belum sampai tahap implementasi ke lapangan dikarenakan masa pandemic yang tdiak memungkinkan untuk mengumpulkan masa dalam jumlah yang bayak, jadi kami melakukan proses sosialisasi terlebih dahulu dengan pihak aparaturnya desa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data yang kami peroleh diketahui bahwa Potensi atau keunggulan dari Desa Pasirawi pada sektor pertanian, peternakan dan UMKM. Hampir sebagian besar masyarakat desa bergantung pada sektor pertanian, hal ini ditunjuang karna kondisi desa yang memiliki luas lahan pertanian cukup luas dan perairan yang sangat baik. Ada dua sektor pertanian yaitu pada sektor padi dan brokoli, pada sektor padi masih menajdi yang paling banyak menjadi mata pencaharian utama. Hal itu bisa di buktikan dengan data yang kami dapat pada tahun 2020 sektor padi mempunyai hasil panen ton/Ha sedangkan pada sektor tanaman brokoli menyumbang hasil panen sebesar 2,5 ton/Ha.

Pada sektor peternakan sendiri masyarakat cenderung untuk berternak kambing dan ikan. Itu bisa dilihat sebagian besar rumah tangga mempunyai hewan ternak kambing dan ada beberapa masyarakat memiliki empang ikan. Sebagaimana besar hewan ternak kambing hanya dijadikan hewan ternak saja, karna memaan msasyarakat masih ketergantungan dari hasil panen sawah yang dihasilkan. Dilihat dari sektor peternak ikan, masyarakat memilih beternak ikan hias seperti ikan cupang dan ikan louhan. Ada beberapa mempunyai empang yang luas, tetapi empang itu tidak digunakan untuk berternak ikan konsumsi atau ikan hias. Ketergantungan masyarakat Desa Pasirawi dalam sektor hasil pertanian sangat tinggi, inilah yang menjadi faktor yang harus diperhatikan untuk dapat memanfaatkan potensi dari sektor peternakan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di Desa Pasirawi bergerak dalam jasa Manufaktur pembuatan sparepart mesin pabrik dan pupuk tanaman. Hanya ada beberapa UMKM yang bisa bertahan dan tidak, faktor penyebab terjadinya sebuah UMKM bisa dilihat dari bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan. Masyarakat cenderung mengenalkan jasa yang mereka tawarkan hanya dari mulut ke mulut saja, tentu saja faktor ini sangat berpengaruh besar terhadap keberlangsungan UMKM yang ada di desa.

Dari aspek Ekonomi Mikro ada beberapa permasalahan yang terjadi sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran pada sektor pertanian dan UMKM

Strategi pemasaran mencakup dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran. Masyarakat Desa Pasirawi merupakan masyarakat dengan mata pencaharian pada sektor pertanian dan UMKM, pada sektor ini mata pencaharian yang palig banyak pada sektor pertanian dengan hasil 2.828 ton dari luas tanah persawahan 404 Ha dan brokoli 6,25 ton dengan luas lahan 2,5 Ha. Dengan hasil pertanian yang melimpah, tetapi tidak dibarengi dengan strategi pemasaran yang baik menjadi kendala tersendiri pada sektor pertanian begitupun juga pada sektor UMKM.

2. Strategi pemanfaatan sumber daya manusia

Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting bahkan tidak bisa di lepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. Sumber daya manusia mikro sendiri merupakan individu yang bekerja sebagai pegawai, buruh, karyawan, tenaga kerja dan lain sebagainya. Dari data yang ada pada kuisisioner jumlah penduduk berprofesi buruh tani sebanyak 600 orang dan 452 orang sebagai petani. Dengan jumlah penduduk yang sebgaiian besar bermata pencaharian pada sektor pertanian tentunya akan menjadi permasalahan yang terjadi ketika memang tidak adanya pemanfaatan dari sumber daya manusia yang maksimal.

3. Strategi pemanfaatan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES)

BUMDes merupakan nadan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya langsung berasal dari kekayaan desa. Dengan adanya BUMDes diharapkan akan mendorong peningkatan kesejahteraan dengan menciptakan produktivitas ekonomi desa dengan berdasarkan ragam potensi yang dimiliki desa. Desa Pasirawi memiliki jumlah BUMDes 1 unit dengan jumlah pengurus sebanyak 5 orang, permasalahan yang terjadi belum adanya usaha rumahan atau pemanfaatan potensi desa yang menghasilkan. Tentunya sangat di sayangkan jika adanya BUMDes tapi tidak di manfaatkan dengan baik.

Berikut merupakan strategi-strategi yang digunakan dalam pengembangan Ekonomi Mikro di Desa pasirawi sebagai berikut:

1. Penyuluhan media online sebagai penunjang pemasaran produk. Media online merupakan sarana yang paling membantu dalam mengenalkan dan strategi pemasaran produk yang sangat membantu untuk sekarang ini. Dengan pemanfaatan yang sangat baik dan dibarengi dengan strategi-strategi pemasaran yang menarik akan menambah minat para konsumen. Hal inilah yang patut untuk di kembangkan dan di sosialisasikan betapa pentingnya pemasaran dengan media online sangat membantu dan memudahkan.
2. Penyuluhan tentang pentingnya inovasi untuk dapat bersaing. Inovasi merupakan hasil dari suatu proses pengembangan pemanfaatan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki sebuah produk, proses, atau suatu nilai. Inovasi sangat berpengaruh terhadap sebuah produk yang di hasilkan, begitu pula produk yang dihasilkan pada UMKM yang ada di Desa pasirawi. Dengan cara memberikan pengetahuan pentingnya sebuah inovasi terhadap UMKM yang ada di Desa diharapkan akan menjadi titik awal memberikan pengetahuan dan pengembangan sebuah Produk yang menciptakan sebuah perkembangan UMKM yang semakin maju dengan persaingan yang dihadapi.
3. Penyuluhan pemanfaatan sumber daya manusia sebagai pelaku utama UMKM. Manajemen manusia merupakan kegiatan yang mengatur tentang cara pengadaan tenaga kerja, melakukan pengembangan, memberikan pemeliharaan, dan pemisahan tenaga kerja melalui proses – proses manajemen dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Diharapkan dengan adanya penyuluhan akan meningkatkan kontribusi pegawai terhadap organisasi dalam rangka mencapai produktivitas suatu organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Dengan adanya pengelolaan sumber daya manusia yang baik akan menciptakan keterampilan, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas kerja, dan dapat menciptakan karyawan untuk memenuhi strategi dan tujuan sebuah perusahaan atau organisasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada pengabdian masyarakat di desa Pasir Awi dimana metodenya masih berupa penganalisaan data prodeskel dengan tujuan mengetahui potensi dan kelemahan pada desa tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kelemahan atau permasalahan yang ada pada desa tersebut adalah pada aspek ekonomi belum adanya pemanfaatan UMKM dalam menunjang perekonomian masyarakat desa tersebut dengan memanfaatkan hasil pertanian dan peternakannya.

Pada aspek ekonomi mikro terdapat beberapa solusi untuk pengembangan yang lebih baik lagi adalah sebagai berikut:

- a. Penyuluhan tentang pemanfaatan media online sebagai sarana penunjang untuk pemasaran produk
- b. Penyuluhan tentang pentingnya inovasi untuk dapat bersaing dengan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) lain
- c. Penyuluhan untuk pemanfaatan sumber daya manusia sebagai pelaku utama dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

DAFTAR PUSTAKA

- Alief R, Bhimo R, Yogi P, and AM Soesilo. 2015. Kajian Strategi Pengembangan UMKM Melalui Media Sosial (ruang Lingkup Kampung Batik Laweyan).
- Dani, D. 2013. Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang. *Skripsi* program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Edy, S. H, and Y. Sri, S. 2011. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol 12. Hal 45-55.
- Alief, R. S, Bhimo, R. S, and Yogi, P. P. 2015. Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan Asean (Studi Kasus Kampung Batik Laweyan). *Jurnal Ekonomi*. Vol 14. Hal 205-220.
- Puguh, C. 2016. Implementasi Strategi pemasaran dengan menggunakan metode SWOT dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Jasa Asuransi Kecelakaan dan Kematian pada PT. Prudential Cabang lamongan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*. Vol 1 No. 02.