



Strategi Diversifikasi Produk dan Integrasi Sistem Agribisnis Domba di Peternakan Ibrahim Dadong Awok, Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi

Product Diversification Strategy and Agribusiness System Integration in Sheep Farming at Ibrahim Dadong Awok Livestock Farm in Bangorejo District, Banyuwangi Regency

Devi Kusuma Pradana*, Duwi Kartika Putri

Study Program of Nutrition and Livestock Feed Technology, Faculty of Agriculture and Animal Husbandry, University of Muhammadiyah Kotabumi. Hasan Kepala Ratu No.1052 Street, Sindang Sari, Kotabumi, North Lampung, Lampung 34517, Indonesia.

*Corresponding author. Email address : devi.kesuma.pradana@umko.ac.id

ARTICLE HISTORY:

Submitted: 14 April 2026

Revised: 30 April 2026

Accepted: 17 May 2026

Published: 1 November 2026

KATA KUNCI:

Agribisnis

Business model canvas

Domba

Integrasi

SWOT

ABSTRAK

Usaha peternakan domba memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan pangan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, namun sektor ini masih menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya tingkat inovasi dan belum optimalnya penerapan teknologi dalam kegiatan produksi maupun manajemen usaha. Penelitian ini dilaksanakan di Peternakan Ibrahim Dadong Awok yang berlokasi di Kecamatan Bangorejo, Kabupaten Banyuwangi, pada Januari 2025. Penelitian ini bertujuan menganalisis model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), mengidentifikasi bentuk diversifikasi produk dan integrasi sistem agribisnis, serta merumuskan strategi pengembangan usaha melalui analisis SWOT pada Peternakan Ibrahim Dadong Awok. Metode penelitian yang digunakan adalah BMC dan SWOT. Pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis telah tersusun secara sistematis melalui sembilan elemen BMC dengan keunggulan pada konsep *one stop farming*, pemanfaatan media digital, serta hubungan pelanggan berbasis edukasi. Diversifikasi usaha mencakup penjualan ternak hidup, layanan aqiqah, bibit rumput odot, mesin *chopper*, dan obat-obatan ternak yang mencerminkan integrasi subsistem agribisnis dari hulu hingga hilir yang saling berkaitan. Strategi pengembangan usaha agresif melalui sinergi sistem agribisnis terintegrasi, optimalisasi pemasaran digital dan inovasi produk turunan guna meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, serta memperkuat daya saing usaha peternakan.

ABSTRACT

Sheep farming plays a strategic role in supporting food security and improving community welfare; however, it faces constraints such as low innovation and limited adoption of technology in production and business management. This research was conducted at Ibrahim Dadong Awok Farm, Bangorejo District, Banyuwangi Regency, January 2025. The objectives were to

KEYWORDS:

Agribusiness

Business model canvas

Integration

Sheep

SWOT

© 2026 The Author(s). Published by Department of Animal Husbandry, Faculty of Agriculture, University of Lampung in collaboration with Indonesian Society of Animal Science (ISAS).
This is an open access article under the CC BY 4.0 license:
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

analyze the business model using the Business Model Canvas (BMC), identify product diversification and agribusiness system integration, and formulate development strategies through SWOT analysis. A qualitative descriptive approach was applied, with data collected through observation, interviews, and literature review. The results indicate that the business model is systematically structured across the nine BMC elements, with key strengths in the one-stop farming concept, utilization of digital media, and education-based customer relationships. Business diversification includes live sheep sales, aqiqah services, odot grass seedlings, chopper machines, and livestock medicines, reflecting integration from upstream to downstream subsystems. An aggressive business development strategy through the synergy of an integrated agribusiness system, optimization of digital marketing, and innovation of derivative products aims to improve efficiency, expand market reach and strengthen the competitiveness of the livestock enterprise.

1. Pendahuluan

Usaha peternakan domba merupakan salah satu subsektor agribisnis yang memiliki peran strategis untuk menunjang ketahanan pangan nasional serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah pedesaan. Permintaan terhadap produk peternakan, khususnya daging domba serta layanan aqiqah, menunjukkan peningkatan seiring tumbuhnya jumlah populasi dan meningkatnya kesadaran rumah tangga terhadap pentingnya konsumsi protein hewani (Pramudawardhani *et al.*, 2026). Kondisi ini mengindikasikan bahwa usaha peternakan domba memiliki potensi ekonomi yang menjanjikan apabila dikelola secara optimal dengan pendekatan agribisnis yang berkelanjutan.

Namun demikian, sebagian besar usaha peternakan domba di Indonesia masih bersifat konvensional dengan tingkat inovasi yang relatif rendah, sehingga nilai tambah produk yang dihasilkan belum optimal. Keterbatasan dalam penerapan teknologi dan lemahnya inovasi dalam manajemen peternakan mengakibatkan hasil produksi belum maksimal. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan usaha peternakan domba yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan produksi ternak, tetapi juga mencakup pengembangan inovasi dan diversifikasi produk turunan seperti olahan daging dan produk berbasis limbah, serta peningkatan efisiensi rantai nilai untuk meningkatkan daya saing usaha peternakan domba di Indonesia (Rusdiana dan Praharani, 2015)

Peternakan Ibrahim Dadong Awok merupakan contoh usaha peternakan yang telah mengimplementasikan konsep diversifikasi produk sekaligus integrasi sistem agribisnis, yang ditunjukkan melalui keterkaitan antara penyediaan pakan hijauan

(budidaya rumput odot), pemeliharaan ternak domba, pengolahan hasil berbentuk layanan aqiqah, serta didukung oleh sarana penunjang seperti mesin *chopper* dan produksi mandiri obat-obatan ternak dalam satu kesatuan sistem usaha. Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji model bisnis peternakan rakyat beserta strategi pengembangannya, namun sebagian besar kajian masih bersifat parsial pada aspek hulu seperti penyediaan pakan atau hilir seperti pemasaran. Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan menerapkan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) yang mengintegrasikan aspek budidaya pakan mandiri, pembuatan mesin *chopper* hingga produksi obat-obatan mandiri sebagai komponen penting dalam struktur biaya dan proposisi nilai. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis model bisnis usaha peternakan dengan pendekatan *Business Model Canvas*, (2) mengidentifikasi bentuk diversifikasi produk serta integrasi agribisnis, serta (3) merumuskan strategi pengembangan usaha melalui analisis SWOT.

2. Materi dan Metode

2.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan Januari 2025 di Peternakan Ibrahim Dadong Awok, Banyuwangi dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan lokasi dan responden secara sengaja berdasarkan pertimbangan bahwa usaha tersebut memiliki karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi yang dilakukan untuk mengamati secara langsung penerapan sistem agribisnis. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada pemilik usaha peternakan untuk memperoleh informasi terkait model bisnis, strategi pengembangan, serta bentuk diversifikasi produk. Studi literatur digunakan untuk memperkuat analisis melalui referensi ilmiah yang relevan.

2.3. Metode Analisis Data

Metode analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengidentifikasi serta mendeskripsikan model bisnis dalam satu

lembar kanvas (Setiawan, 2023). Di sisi lain, analisis SWOT untuk merumuskan strategi yang tepat sasaran dan berkelanjutan dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun meminimalkan kelemahan dan ancaman (Mayang dan Shinta, 2020).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Diversifikasi Produk dan Integrasi Sistem Agribisnis

Diversifikasi usaha yang diterapkan peternakan Ibrahim Dadong Awok menunjukkan strategi pengembangan agribisnis yang terintegrasi. Pada subsistem hilir, diversifikasi produk utama dilakukan melalui penjualan ternak domba hidup serta penyediaan jasa layanan aqiqah. Menurut Pramestari *et al.* (2025), diversifikasi produk hilir memberikan nilai tambah berbasis kebutuhan konsumen dan meningkatkan pendapatan usaha. Pada subsistem hulu, diversifikasi melalui penjualan bibit rumput odot. Upaya ini mencerminkan adanya strategi kemandirian dalam penyediaan input produksi sekaligus membuka peluang tambahan. Menurut Mufida *et al.* (2025), penyediaan lahan untuk pakan hijauan berkualitas menjadi faktor kunci dalam menunjang produktivitas ternak ruminansia. Lebih lanjut, diversifikasi pada penunjang dilakukan melalui pembuatan dan penjualan mesin *chopper* serta obat-obatan ternak. Keterpaduan ini sejalan dengan konsep agribisnis modern yang menekankan efektivitas, efisiensi, adaptif serta integratif dan berkelanjutan (Djazuli dan Syarif, 2024).

3.2 Analisis Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas merupakan suatu kerangka model bisnis yang menjelaskan konsep pemikiran tentang bagaimana usaha menciptakan, menyampaikan, serta memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dijalankan (Wijaya dan Siti, 2024).

3.2.1. Customer segments

Dari keterangan pemilik peternakan Ibrahim Dadong Awok, terbagi menjadi dua *customer segments* yaitu, masyarakat umum yang penjualan fokus kepada hasil ternak hidup dan paket aqiqah, sedangkan untuk peternak penjualan untuk kebutuhan peternakan seperti bibit rumput odot, mesin *chopper*, serta obat-obatan ternak. Berbeda dengan penelitian Faturohman (2018), untuk cakupan *customer segments* penelitiannya lebih kompleks meliputi kelompok ternak lain, pedagang daging, kelompok tani,

pengadaan pemerintah, serta perusahaan besar.

3.2.2. *Value propositions*

Berdasarkan hasil wawancara, *value propositions* yang ditawarkan oleh Peternakan Ibrahim Dadong Awok diwujudkan melalui konsep *one-stop farming* yang mencakup penyediaan bibit rumput odot, domba hidup, paket aqiqah, mesin *chopper*, serta obat-obatan dengan harga yang kompetitif dan kualitas produk yang terjamin. Selain penyediaan berbagai produk tersebut, layanan konsultasi juga diberikan oleh pihak peternakan, baik sebelum maupun setelah pembelian produk. Ke depan, pengembangan sistem usaha dapat diarahkan pada penerapan konsep *zero-waste farming*, sehingga limbah peternakan dapat diolah menjadi produk pupuk yang memiliki nilai ekonomi dan berpotensi meningkatkan nilai tambah usaha (Putri et al., 2025).

3.2.3. *Channels*

Sesuai hasil wawancara metode yang dilakukan peternakan dalam memasarkan produknya melalui variatif produk dan komunikasi yang edukatif. Aktif dalam promosi media sosial dengan metode edukasi melalui *youtube*, *Instagram*, *TikTok*, serta *facebook*. Berdasarkan ragam produk serta komunikasi yang menarik, mendorong pelanggan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Selain itu, peternakan juga memasarkan mesin *chopper* dan obat-obatan di *marketplace*. Dalam penelitian ini, aspek promosi dapat diperkuat dengan pengembangan media digital berupa *website* peternakan seperti yang dilakukan oleh Peternakan Sapi Cibugary dalam penelitian (Hamdilah et al., 2021).

3.2.4. *Customer relationships*

Peternakan Ibrahim Dadong Awok menerapkan strategi yang bersifat interaktif dan cepat tanggap (*fast response*). Strategi ini dilakukan melalui platform *WhatsApp Business* serta fitur *direct message* dan kolom komentar media sosial seperti *Instagram*, *TikTok* serta *Facebook*. Platform tersebut digunakan untuk menjawab pertanyaan, memberikan solusi teknis, serta edukasi berkelanjutan guna meningkatkan *engagement* pelanggan. Peternakan juga memberikan garansi produk berupa pengganti produk sejenis, sehingga pelanggan tidak merasa khawatir apabila produk yang dibeli tidak

sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Hartono (2012), dengan adanya garansi pada produk dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap usaha terkait.

3.2.5. *Revenue streams*

Berdasarkan informasi, peternakan Ibrahim Dadong Awok memiliki beberapa jenis *revenue streams* yang diperoleh dari hasil penjualan ternak domba hidup, produk aqiqah, bibit odot, mesin *chopper*, serta obat. Hal ini merupakan sumber pemasukan biaya operasional serta mendukung pengembangan usaha peternakan sendiri. Ke depannya *revenue streams* dapat dikembangkan dengan menambahkan penjualan pupuk serta pakan jadi. Hal ini sejalan dengan Ary dan Rangga (2020), yang menyatakan bahwa pupuk dan pakan jadi merupakan komponen yang berpotensi meningkatkan pendapatan peternakan.

3.2.6. *Key resources*

Bersumber hasil wawancara, peternakan Ibrahim Dadong Awok memiliki *key resources* berupa domba unggul, lahan puluhan hektare sebagai sumber pakan hijauan sekaligus produksi bibit rumput odot, peralatan produksi hulu hingga hilir, serta tenaga kerja berpengalaman. Berbeda dengan Hamdilah *et al.* (2021), yang menitikberatkan kelengkapan fasilitas produksi, jumlah tenaga kerja, serta dukungan modal usaha.

3.2.7. *Key activities*

Aktivitas usaha peternakan Ibrahim Dadong Awok tidak hanya berfokus pada pemeliharaan ternak, melainkan budidaya bibit rumput odot, pengolahan paket aqiqah, bengkel untuk produksi mesin *chopper*, serta produksi obat untuk ternak atau hewan. Berbanding terbalik dengan penelitian Ralibi (2016) yang aktivitas usahanya hanya berfokus pada penggemukan ternak karena dinilai lebih menguntungkan.

3.2.8. *Key partnerships*

Peternakan Ibrahim Dadong Awok menjalin kerjasama dengan berbagai pihak seperti *supplier* bahan baku untuk menunjang operasional, pelanggan tetap untuk menjalin silaturahmi dan kemungkinan pembelian ulang, serta peternak lain untuk diskusi dan menjual produk. Selain itu, peternakan dapat bergabung dengan berbagai

lembaga sebagai sarana pertukaran informasi dan teknologi (Mutiah *et al.*, 2018).

3.2.9. Cost Structure

Berdasarkan keterangan yang didapat, struktur biaya terdiri dari biaya tenaga kerja (anak buah kandang, penyembelih dan pengolah aqiqah, pekerja bengkel pembuatan mesin *chopper*, pekerja pembuatan obat, serta bagian distribusi). Selain itu, biaya perawatan ternak berupa pembelian bibit, biaya obat-obatan dan alat-alat penunjang lainnya. Biaya terbesar pada pekerja bengkel pembuatan mesin, sebanding dengan Baiza (2021), semakin banyak jumlah *order* maka bertambah pula biaya pekerja.

Key Partners • <i>Supplier</i> bahan baku • Pelanggan tetap • Peternak lain	Key Activities • Pemeliharaan ternak • Produksi pakan hijauan • Pengolahan produk • Produksi mesin <i>chopper</i> • Produksi obat	Value Propositions • Penyediaan produk peternakan terpadu (<i>one stop farming</i>) • Harga kompetitif • Kualitas terjamin • Layanan konsultasi	Customer Relationships • Pelayanan langsung • Kepercayaan pelanggan • Garansi produk • Konten media sosial • Komunikasi melalui media sosial	Customer Segments • Masyarakat umum • peternak
	Key Resources • Ternak unggul • Lahan pakan hijauan • Peralatan produksi • Tenaga kerja berpengalaman		Channels • Penjualan langsung • Media sosial • Mulut ke mulut • <i>Market place</i>	
Cost Structure • Biaya tenaga kerja • Perawatan ternak			Revenue Streams • Penjualan ternak hidup • Penjualan produk aqiqah • Penjualan bibit odot • Penjualan mesin <i>chopper</i> • Penjualan obat	

Gambar 1. Matriks *Business Model Canvas* Peternakan Ibrahim Dadong Awok

3.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan instrumen perencanaan strategis yang dimanfaatkan untuk mengkaji kekuatan dan kelemahan internal usaha, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari faktor eksternal (Zainuri dan Pompong, 2023).

Tabel 1. Matriks IFE peternakan Ibrahim Dadong Awok

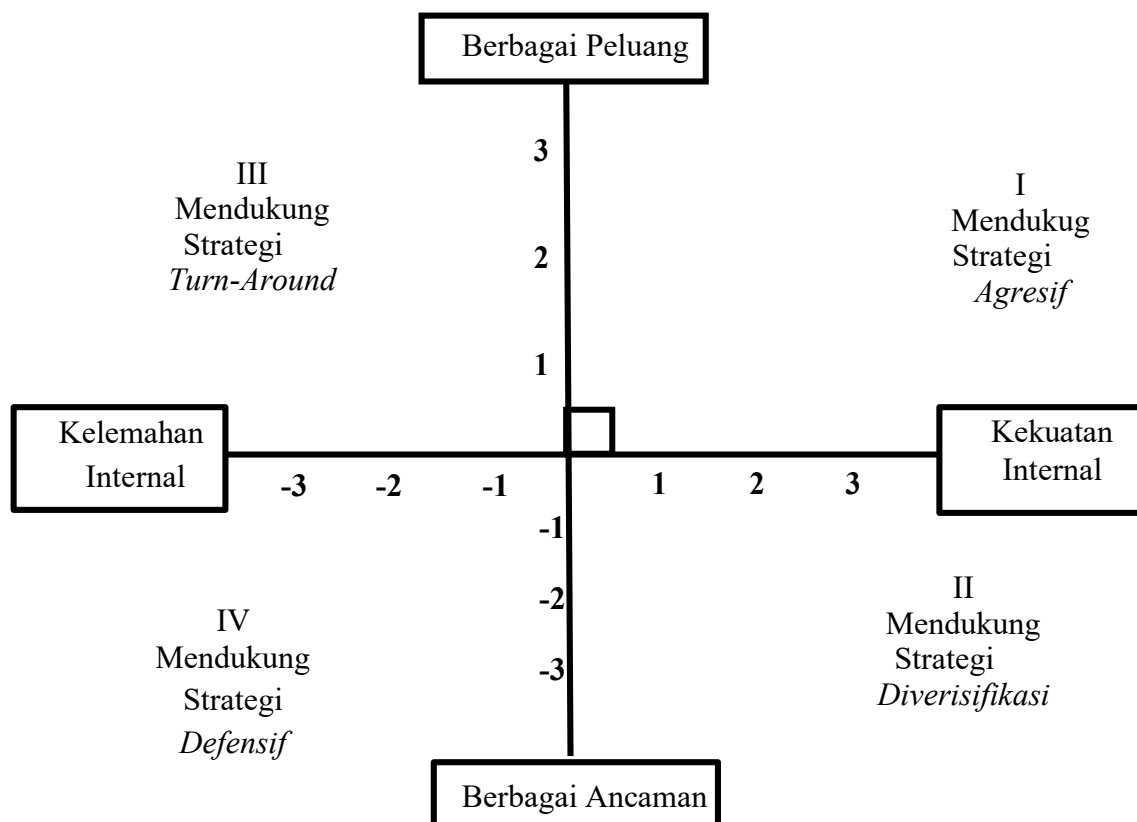
Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Diversifikasi produk beragam	0,20	4	0,80
Sistem usaha terintegrasi	0,18	4	0,72
Pemanfaatan media digital	0,12	3	0,36
Kelemahan			
Keterbatasan teknologi dalam skala produksi	0,15	2	0,30
Ketergantungan pada tenaga kerja tertentu	0,17	2	0,34
Manajemen usaha belum sepenuhnya terdigitalisasi	0,18	2	0,36
Total	1,00		2,88

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Tabel 2. Matriks EFE peternakan Ibrahim Dadong Awok

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
meningkatnya permintaan domba hidup dan layanan aqiqah	0,22	4	0,88
Perkembangan pemasaran digital dan <i>marketplace</i>	0,18	3	0,54
Peluang pengembangan produk turunan berbasis peternakan	0,15	3	0,45
Ancaman			
Fluktuasi harga bahan baku	0,15	2	0,30
Persaingan usaha sejenis	0,15	2	0,30
Risiko cuaca tidak menentu	0,15	2	0,30
Total	1,00		2,77

Sumber: Data primer yang diolah (2026)



Gambar 2. Matriks kuadran SWOT Peternakan Ibrahim Dadong Awok

Strategi SO (Agresif)

Optimalisasi melalui sinergi antara subsistem hulu, proses produksi, hilir, serta penunjang, usaha peternakan Ibrahim Dadong Awok mampu mencapai efisiensi pemanfaatan sumber daya, menjaga keberlanjutan produksi, serta menghasilkan kualitas yang lebih konsisten. Dengan demikian menurut Denashurya *et al.* (2025), penerapan sistem agribisnis yang terintegrasi mampu memperkuat daya saing usaha serta meningkatkan permintaan pasar secara lebih adaptif. Selain itu, perluasan pemasaran digital yang bersifat edukatif merupakan strategi yang tepat untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pemanfaatan media sosial dan *platform digital* yang selama ini digunakan dapat dikembangkan kembali untuk meningkatkan sarana promosi guna meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Zalzulifa *et al.*, 2026). Di sisi lain, pengembangan inovasi produk turunan, seperti layanan aqiqah dan produk olahan lainnya, menjadi upaya strategis untuk meningkatkan nilai tambah serta diversifikasi sumber pendapatan. Inovasi produk turunan mampu menciptakan diferensiasi usaha di tengah semakin ketatnya kompetitor.

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	1. Diversifikasi produk beragam 2. Sistem usaha terintegrasi 3. Pemanfaatan media digital	1. Keterbatasan teknologi dalam skala produksi 2. Ketergantungan pada tenaga kerja tertentu 3. Manajemen usaha belum sepenuhnya terdigitalisasi
Peluang (O)	Strategi SO (Agresif)	Strategi WO (Diversifikasi)
1. meningkatnya permintaan domba hidup dan layanan aqiqah 2. Perkembangan pemasaran digital dan <i>marketplace</i> 3. Peluang pengembangan produk turunan berbasis peternakan	1. Mengoptimalkan integrasi agribisnis 2. memperluas pemasaran digital 3. mengembangkan inovasi produk turunan	1. Meningkatkan adopsi teknologi untuk produksi 2. melakukan pelatihan SDM 3. Mengembangkan sistem manajemen berbasis digital
Ancaman (T)	Strategi ST (Diferensiasi)	Strategi WT (Defensif)
1. Fluktuasi harga bahan baku 2. Persaingan usaha sejenis 3. risiko cuaca tidak menentu	1. Mempertahankan kualitas produk dan pelayanan 2. Menjalinkan kerjasama dengan <i>supplier</i> lain untuk bahan baku 3. Meningkatkan <i>biosecurity</i> untuk mencegah penyakit pada tanaman dan ternak	1. Melakukan efisiensi biaya produksi 2. Memperbaiki sistem manajemen risiko usaha 3. Menjalinkan kemitraan strategis untuk memperkuat daya tahan usaha

Gambar 3. Matriks Analisis SWOT Peternakan Ibrahim Dadong Awok

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, Peternakan Ibrahim Dadong Awok telah menerapkan model usaha yang terstruktur melalui sembilan elemen Business Model Canvas (BMC) dengan keunggulan pada konsep *one stop farming*, pemanfaatan platform digital, serta hubungan pelanggan yang berorientasi pada pelayanan dan edukasi. Diversifikasi produk yang meliputi penjualan ternak hidup, layanan aqiqah, bibit rumput odot, mesin *chopper*, dan obat-obatan ternak menunjukkan adanya integrasi yang kuat antara subsistem hulu, produksi, hilir, dan penunjang dalam sistem agribisnis peternakan. Selain itu, strategi pengembangan usaha yang bersifat agresif melalui sinergi agribisnis terintegrasi, optimalisasi pemasaran digital, dan inovasi produk turunan berpotensi meningkatkan efisiensi usaha, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing Peternakan Ibrahim Dadong Awok secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Ary, M., & Rangga, S. (2020). Strategi perencanaan dan pengembangan program studi menggunakan analisis SWOT (Studi kasus Program Studi Sistem Informasi ARS University). *Jurnal Tekno Insentif*, 14(1), 1–8. <https://doi.org/10.36787/jti.v14i1.198>
- Baiza, A. (2021). Pengaruh biaya produksi, pemasaran dan gaji karyawan terhadap hasil penjualan ayam broiler (*Gallus domesticus*). *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN)*, 2(1), 48–53. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v2i01.67>
- Denashurya, N. I., Irba, M. S., Loso, J., & Singgih, T. A. (2025). *Manajemen agribisnis*. Penerbit Buku Sonpedia.
- Djazuli, R. A., & Syarif, I. H. (2024). *Manajemen agribisnis modern*. UMG Press.
- Hamdilah, S. R. N., Maulidian, & Rukavina, B. (2021). Pengembangan model bisnis peternakan susu sapi perah melalui perspektif blue ocean (Studi kasus: Peternakan Sapi Perah Cibugary di Pondok Ranggon Cipayung Jakarta Timur). *Jurnal Bioindustri*, 4(1), 25–40. <https://doi.org/10.31326/jbio.v4i1.706>
- Hartono, B. (2012). *Ekonomi bisnis peternakan*. UB Press.
- Mayang, A., & Shinta, R. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (Studi kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70. <https://doi.org/10.21831/jim.v17i2.34175>
- Mufida, I., Najha, A. Z., Viola, E. N., & Ahmad, M. N. (2025). Sosialisasi peningkatan produktivitas ternak kambing melalui program penggemukan dan penyediaan pakan di Desa Kletekan, Kecamatan Jogorogo, Kabupaten Ngawi. *Jurnal Abdi Insani*, 12(8), 3795–3806. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i8.2819>
- Mutiah, A., Agustin, A., & Siti, N. (2018). Identifikasi peran kelompok sebagai wahana kerja sama pada kelompok peternak sapi potong pada peternakan rakyat. *Jurnal Agripet*, 18(1), 57–62. <https://doi.org/10.17969/agripet.v18i1.10971>
- Pramestari, D., Sularso, B., Henni, S., Siti, S., Nafisah, Y., & Essy, M. S. S. (2025). Edukasi peningkatan nilai tambah produk melalui diversifikasi stroberi bagi pelaku UMKM di Desa Wisata Lebak Muncang. *Jurnal Abdi Insani*, 12(7), 3569–3580. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i7.2686>
- Pramudawardhani, K. C., Ade, R., Auratu, S. Y., Ibnu, A., Bambang, K. M., & Ananda, A. S. (2026). Peningkatan kesadaran konsumsi protein hewani melalui edukasi bagi keluarga yang terindikasi stunting di Dusun Margajaya, Desa Margacinta, Pangandaran. *Farmers: Journal of Community Services*, 7(1), 27–32. <https://doi.org/10.24198/fjcs.v7i1.68034>
- Putri, E., Rizka, H., Farahdiba, T., Fiqri, K., & Risqi, A. P. B. (2025). Integrated farming system berbasis zero waste pada peternakan chicken farm di Kota Langsa. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(3), 667–673. <https://doi.org/10.24036/abdi.v7i3.1169>
- Ralibi, S. (2016). Perencanaan usaha penggemukan (*fattening*) sapi potong menggunakan metode Business Model Canvas. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(3), 123–128. <https://doi.org/10.33366/jisip.v5i3.259>

- Rusdiana, S., & Praharani, L. (2015). Peningkatan usaha ternak domba melalui diversifikasi tanaman pangan: Ekonomi pendapatan petani. *Jurnal Agriekonomika*, 4(1), 80–96. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v4i1.676>
- Setiawan. (2023). Business Model Canvas. *Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora (JKBH)*, 5(2), 199–216. <https://doi.org/10.61296/jkbh.v5i2.158>
- Wijaya, H. R., & Siti, A. (2024). Analisis sistem agribisnis hulu ke hilir peternakan Goatday di Kecamatan Seyegan, Kabupaten Sleman. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(1), 166–186. <https://doi.org/10.61404/jimi.v2i1.134>
- Zainuri, R., & Pompong, B. S. (2023). Tinjauan literatur sistematis: Analisis SWOT dalam manajemen keuangan perusahaan. *Jurnal Maneksi*, 12(1), 22–28. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i1.1364>
- Zalzulifa, M., Alit, S., Eva, M., Revita, D. A. P., & Arum, R. (2026). Program edukasi digital marketing UMKM melalui pendampingan dosen dan mahasiswa di era transformasi digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(4), 23840–23851. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6065>