

**Pendampingan Manajemen, dan Inovasi Produk Olahan
Dalam Peningkatan Kapasitas Produksi Ternak**

Indah Ariffianti¹, Erviva Fariantin², Ulfiyani Asdiansyuri³, Hikmah⁴, Sukma Hidayat⁵,

M. Rido Sa'ban⁶, Siti Aisyah⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM

Email: indahariffianti99@gmail.com

Abstract

The Community Service Activity with the topic of Management Assistance and Processed Product Innovation in Increasing the Production Capacity of Mr Ahmad's Muscovy Duck Farm in Gerimax Indah Village, Narmada District, West Lombok Regency, was carried out by lecturers of STIE AMM Mataram together with students. Entok Barokah MSME, which served as the community service partner, is an MSME owned by Mr Ahmad that has been operating for more than five years. So far, Entok Barokah MSME has not had simple financial reports, product variation potential, marketing and branding strategies, or a clearly defined business location. Due to these limitations, it was necessary to provide knowledge and understanding regarding formal marketing and branding as an initial step toward the sustainability and future success of the business, enabling it to compete with other business actors through discussions and mentoring. The results of the community service activity showed that Mr. Ahmad, the owner of Entok Barokah MSME, now has a strong understanding of the importance of: 1) Preparing simple financial reports; 2) Developing processed product innovations in the form of shredded muscovy duck (duck floss); 3) Improving MSME understanding of utilizing digital technology for online marketing and branding activities, particularly through Instagram; and 4) Having an accurate and clearly identifiable business location through Google Maps.

Keywords: Management Assistance, Product Innovation, Production Capacity

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan topik Pendampingan Manajemen dan Inovasi Produk Olahan dalam peningkatan kapasitas produksi ternak entok Bapak Ahmad di Desa Gerimax Indah, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat, dilaksanakan oleh para dosen STIE AMM Mataram bersama mahasiswa. UMKM Entok Barokah yang merupakan mitra pengabdian adalah pelaku UMKM milik Bapak Ahmad yang sudah berkiprah selama lebih dari 5 tahun. UMKM Entok Barokah selama ini belum memiliki laporan keuangan sederhana, potensi variasi produk, pemasaran dan branding, dan kejelasan lokasi usahanya. Dengan adanya keterbatasan ini, perlu diberikan pemahaman wawasan terhadap pemasaran dan branding secara formal sebagai langkah awal dalam keberlanjutan dan keberhasilan usaha di masa mendatang dan dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya yang dilakukan dengan cara diskusi dan pendampingan. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa Bapak Ahmad, pelaku UMKM Entok Barokah, sudah sangat memahami pentingnya: 1) Membuat laporan keuangan yang sederhana; 2) Membuat inovasi produk olahan berupa abon entok; 3) Meningkatkan pemahaman UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan pemasaran dan branding secara online, yaitu Instagram; dan 4) Memiliki lokasi usaha yang tepat dan jelas melalui Google Maps.

Kata kunci: Pendampingan Manajemen, Inovasi Produk, Kapasitas Produksi

PENDAHULUAN

Desa Gerimax Indah merupakan salah satu desa yang berada di wilayah administratif Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat. Desa ini berdiri sebagai desa definitif pada tahun 2000-an, setelah adanya pemekaran wilayah dari desa induk, yaitu Desa Narmada.

Pembentukan Desa Gerimax Indah dilakukan untuk mempercepat pembangunan, mendekatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat, serta meningkatkan kesejahteraan warga. Secara historis, wilayah Gerimax Indah sebelumnya hanyalah berupa dusun yang menjadi bagian dari Desa Narmada. Namun, seiring dengan perkembangan jumlah penduduk, meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat, serta kebutuhan pelayanan publik yang lebih efektif, wilayah tersebut kemudian dimekarkan dan ditetapkan menjadi Desa Gerimax Indah.

Nama “Gerimax Indah” berasal dari kata Gerimax yang merujuk pada nama kawasan yang sejak lama dikenal oleh masyarakat sekitar. Sementara, kata Indah diberikan sebagai penegasan bahwa desa ini memiliki keindahan alam dan suasana lingkungan yang asri, sehingga mencerminkan harapan masyarakat agar desa selalu maju, tertata, dan sejahtera. Sejak berdirinya hingga saat ini, Desa Gerimax Indah telah mengalami perkembangan pesat, baik dalam bidang pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, maupun kegiatan sosial ekonomi. Mayoritas penduduk desa ini bermata pencaharian di sektor pertanian, perdagangan, dan usaha kecil menengah. Desa Gerimax Indah adalah salah satu dari 21 desa yang ada di Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat. Desa ini memiliki wilayah yang cukup luas dengan jumlah penduduk yang mayoritas bekerja di sektor pertanian, perdagangan, dan UMKM.

Berdasarkan informasi yang tersedia mengenai jenis bidang usaha UMKM yang ada di Desa Gerimax Indah, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat, secara umum UMKM di desa ini bergerak di beberapa bidang, seperti pertanian dan perkebunan, industri pengolahan, perdagangan dan jasa serta peternakan. Adapun UMKM bergerak di bidang peternakan, seperti beternak ayam, bebek, kambing, dan sapi. Usaha ini menjadi salah satu sumber pendapatan tambahan masyarakat, baik untuk konsumsi rumah tangga maupun untuk dijual ke pasar tradisional di sekitar desa. Ternak unggas (bebek dan entok) merupakan salah satu jenis usaha yang cukup berkembang di Desa Gerimax Indah. Usaha ini banyak ditekuni masyarakat karena kebutuhan daging dan telur unggas selalu tinggi di pasaran. Usaha ini menjadi salah satu sumber pendapatan tambahan masyarakat, baik untuk konsumsi rumah tangga maupun untuk dijual ke pasar tradisional di sekitar desa.

Produksi entok dimulai dari pembelian bibit, pemberian pakan, pemeliharaan kandang, hingga penjualan. Pakan utama berupa dedak, jagung giling, serta tambahan hijauan dari sekitar pekarangan. Proses perawatan relatif sederhana, meliputi pemberian pakan, membersihkan kandang, serta menjaga kesehatan ternak melalui vitamin dan vaksinasi

seederhana. Skala produksi masih terbatas (10-30 ekor per peternak), namun dengan modal tambahan dapat ditingkatkan menjadi skala kelompok. Potensi variasi produk cukup besar, misalnya pengembangan telur asin, abon entok, sate entok, atau daging entok beku yang memiliki nilai jual lebih tinggi.

Pemasaran entok masih dominan secara offline melalui pasar tradisional, pedagang pengepul, dan rumah makan lokal. Namun, peluang digital marketing terbuka lebar melalui media sosial (WhatsApp, Facebook, Instagram) serta marketplace lokal. Segmentasi pasar meliputi konsumen rumah tangga, pedagang pasar, rumah makan/warung bebek, hingga katering. Strategi branding dapat dilakukan dengan memberi label yang menekankan kehalalan, higienitas, dan keunggulan rasa. Tantangan pemasaran terletak pada keterbatasan distribusi ke pasar modern serta belum adanya produk olahan siap saji yang lebih tahan lama.

Modal awal relatif kecil digunakan untuk membeli bibit entok, membuat kandang sederhana, serta membeli pakan. Biaya harian terdiri dari pakan, obat, dan kebersihan kandang. Akses modal umumnya masih menggunakan dana pribadi, namun peluang memperoleh bantuan dari program KUR, koperasi, BUMDes, atau kelompok ternak cukup besar. Tantangan terbesar adalah pencatatan keuangan yang masih sederhana dan sering bercampur dengan keuangan rumah tangga, sehingga menyulitkan analisis keuntungan. Meski begitu, permintaan daging entok yang stabil membuat arus kas usaha ini cukup lancar.

Salah satu UMKM yang bergerak di bidang ternak unggas di Desa Gerimax Indah adalah milik Bapak Ahmad. UMKM Bapak Ahmad telah menjalankan usaha ternak 5 tahun lebih. Usaha ternak entok Bapak Ahmad diberi nama “Entok Barokah”. Dalam menjalankan usahanya, UMKM Entok Barokah masih menghadapi berbagai kendala, baik dari segi Pemodalan, Kualitas dan Standardisasi, Pemasaran dan Branding serta Lokasi Usaha yang belum diketahui secara pasti dan pencatatan keuangan yang masih sederhana

Permasalahan tersebut akan berdampak pada usaha yang dijalankan, yang belum mampu berkembang secara optimal. Produk masih dipasarkan secara terbatas di lingkungan sekitar dan belum memiliki strategi promosi yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Di sisi lain, perubahan selera konsumen dan meningkatnya persaingan antarpelaku usaha menuntut adanya peningkatan kualitas produk dan inovasi produk olahan, serta penguatan kapasitas pelaku usaha agar mampu bertahan dan berkembang sesuai visi dan misi UMKM.

Melihat kondisi tersebut, kegiatan pengabdian dosen dan mahasiswa STIE AMM dengan judul “Pendampingan Manajemen dan Inovasi Produk Olahan dalam Peningkatan

Kapasitas Produksi Ternak pada UMKM Ternak Entok Barokah di Desa Gerimax Indah , Kecamatan Narmada , Kabupaten Lombok Barat” perlu dilaksanakan sebagai bentuk pendampingan dan pemberdayaan bagi pelaku usaha lokal. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat dilakukan peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam aspek manajemen usaha seperti memberikan bimbingan terkait pencatatan keuangan sederhana, manajemen bahan baku (pakan ternak, obat/vitamin), dan strategi pengembangan usaha, pelatihan pemasaran digital berupa edukasi tentang pemasaran melalui media sosial, marketplace, dan aplikasi online, branding dan packaging. Dengan demikian, usaha Ternak Entok Barokah dapat berkembang menjadi usaha yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan, serta mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat desa.

Berdasarkan hasil analisa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Ternak Entok Barokah maka dapat disimpulkan permasalahannya sebagai berikut :

1. Usaha yang dijalankan memiliki Keterbatasan Laporan Keuangan Sederhana
2. Usaha yang dijalankan memiliki Keterbatasan Potensi Variasi Produk dan Standarisasi Produk
3. Usaha yang dijalankan memiliki Keterbatasan Pemasaran dan Branding
4. Usaha yang dijalankan memiliki Keterbatasan kejelasan lokasi usahanya

Dari identifikasi masalah diatas, maka tujuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman akan pentingnya membuat Laporan Keuangan Sederhana
2. Meningkatkan pemahaman akan pentingnya Inovasi Produk
3. Meningkatkan pemahaman akan pentingnya memanfaatkan teknologi digital untuk membuat Akun Media Sosial (Instagram)
4. Meningkatkan kemampuan akan pentingnya Kejelasan Lokasi Usaha

METODE

Pelaksanakan pengabdian kepada Masyarakat di Desa Gerimax Indah menggunakan metode sebagai berikut:

1. Diskusi Penyusunan Laporan Keuangan

Pencatatan keuangan biasanya masih sangat sederhana dan sering bercampur dengan keuangan rumah tangga, sehingga menyulitkan analisis untuk mengetahui besarnya keuntungan dan perhitungan modal kerja. Dengan demikian, perlu adanya penyusunan laporan keuangan yang baik oleh pelaku usaha untuk mengukur kesehatan bisnisnya, mengambil keputusan strategis, meningkatkan kredibilitas dan mengakses pendanaan, yang

bertujuan untuk menyediakan informasi mengenai aset, kewajiban dan ekuitas yang dimiliki perusahaan dan menjadi dasar bagi pengambilan keputusan yang tepat (Kasmir 2019).

2. Diskusi Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan suatu upaya pengembangan dan pembaruan produk untuk menciptakan nilai tambah sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup penyempurnaan kualitas, desain, fitur, kemasan, maupun cara penggunaan produk yang telah ada. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller(2016), inovasi produk adalah proses pengembangan produk baru atau perbaikan produk yang dilakukan perusahaan guna mempertahankan keberlangsungan usaha dan memenangkan persaingan pasar.

Inovasi produk dapat dilakukan dalam beberapa bentuk berikut:

- Inovasi Kualitas Produk

Perbaikan mutu produk seperti rasa, daya tahan, bahan baku, maupun fungsi produk.

- Inovasi Desain Produk

Perubahan tampilan produk seperti warna, bentuk, logo, dan kemasan agar lebih menarik.

- Inovasi Varian Produk

Penambahan pilihan rasa, ukuran, model, atau jenis produk.

- Inovasi Teknologi

Penggunaan teknologi baru dalam proses produksi maupun pemasaran. Bagi UMKM, inovasi produk memiliki peranan penting karena dapat meningkatkan nilai tambah produk, menarik minat konsumen, memperluas pasar, meningkatkan pendapatan usaha, membantu usaha bertahan dalam persaingan. Inovasi produk juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha di tengah perkembangan pasar dan teknologi yang semakin cepat.

3. Diskusi pentingnya memiliki Akun Media Sosial (Instagram)

Memiliki akun media sosial seperti Instagram sangat penting untuk membangun citra diri (personal branding), memperluas jaringan sosial, dan memfasilitasi interaksi dua arah. Platform ini juga menjadi sarana strategis bagi pelaku bisnis untuk memasarkan produk dan menjangkau konsumen secara lebih luas dan lebih interaktif.

Kotler dan Keller (2021): Dalam konteks pemasaran modern di Indonesia, pakar global ini mendefinisikan media sosial sebagai sarana bagi perusahaan untuk membagikan konten audio, visual, dan teks, sekaligus membangun interaksi dua arah dan suara publik secara online. Kotler, P., & Keller, K. L. (2021).

4. Diskusi Menentukan Lokasi Usaha

Dalam menjalankan suatu usaha, perlu diperhatikan pentingnya menentukan lokasi usaha yang jelas sehingga calon-calon pembeli dapat mengetahui keberadaannya. Lokasi usaha dapat memengaruhi biaya operasional, visibilitas, aksesibilitas pelanggan dan daya saing bisnis jangka panjang yang dapat memperbesar peluang kesuksesan atau kegagalan usaha. Selain itu lokasi usaha merupakan tempat dimana suatu usaha dilakukan, dan pemilihan lokasi yang tepat sangat penting untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan (Fandy Tjiptono, 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana

Hasil:

Pendampingan juga mencakup pelatihan pembuatan laporan keuangan sederhana yang meliputi pencatatan pemasukan, pengeluaran, dan laba bersih setiap periode. Entok Barokah kini telah mampu menggunakan buku kas sederhana untuk mencatat seluruh transaksi usaha.

Pembahasan:

Laporan keuangan berfungsi sebagai alat untuk memantau kondisi usaha dan dasar pengambilan keputusan. Melalui pencatatan keuangan, pelaku usaha dapat mengetahui seberapa besar keuntungan, pengeluaran, dan efisiensi biaya yang dilakukan. Penerapan pencatatan keuangan juga menjadi syarat utama dalam mengakses pembiayaan perbankan maupun program bantuan modal usaha. Dengan demikian, kemampuan Entok Barokah dalam membuat laporan keuangan menunjukkan peningkatan kapasitas manajerial usaha.



Gambar 1. Pendampingan penyusunan laporan keuangan sederhana

2. Inovasi Produk

Hasil

Untuk saat ini, produk Bapak Ahmad masih terbatas pada daging entok mentah. Dan untuk memenuhi permintaan masyarakat terhadap produk olahan siap saji yang lebih tahan lama, UMKM Entok Barokah mencoba untuk membuat olahan berupa abon entok.

Pembahasan:

Olahan Abon Entok memiliki daya tahan berbulan-bulan (hingga 6 bulan) karena kadar airnya yang sangat rendah. Dan keunggulan dari olahan abon entok ini adalah praktis, siap makan (*ready to eat*), dan disukai oleh berbagai kalangan usia.

Inovasi produk olahan abon entok ini dapat meningkatkan nilai tambah produk entok, menarik minat konsumen, memperluas pasar, meningkatkan pendapatan usaha bagi UMKM Entok Barokah dan juga membantu usaha bertahan dalam persaingan.



Gambar 2. Pembuatan olahan Abon Entok

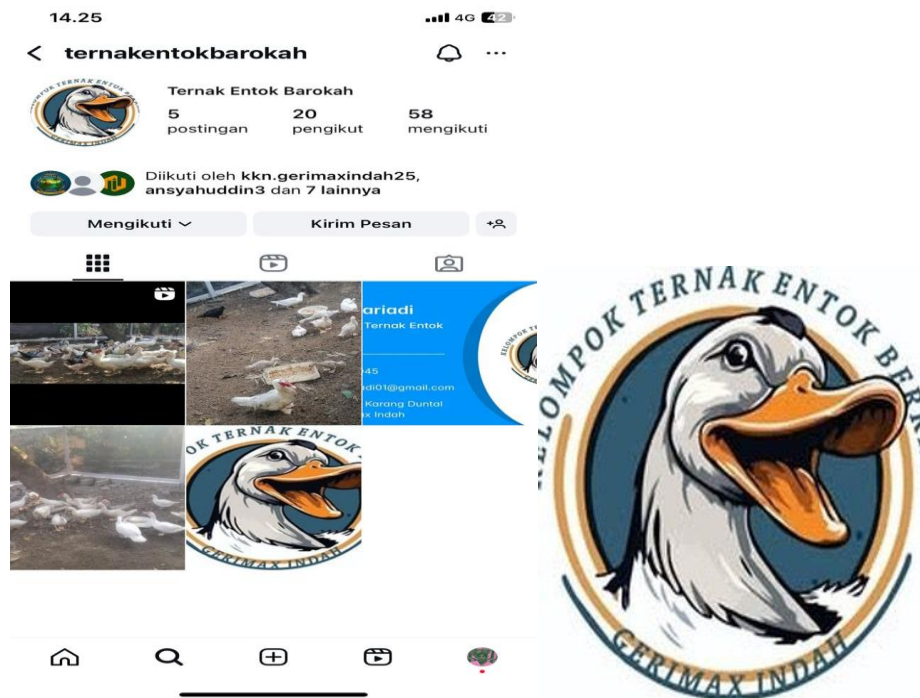
3. Pembuatan Akun Media Sosial (Instagram)

Hasil:

Dalam kegiatan ini juga dilakukan perancangan desain media sosial untuk mendukung promosi digital yang menarik dan informatif berupa Instagram. Instagram tersebut memuat: foto profil dengan menggunakan logo perusahaan atau foto produk yang jelas dan mudah dikenali, dalam hal ini adalah produk bebek entok. Optimasi Bio: menuliskan deskripsi singkat, padat, dan jelas mengenai apa yang dijual serta nilai tambah usaha. Kontak & Alamat: mencantumkan informasi kontak seperti nomor WhatsApp dan alamat lokasi bisnis secara akurat. Tautan (Link): memasang tautan menuju *website*, toko *online*, atau *Linktree*. Ini untuk memudahkan pelanggan melakukan pemesanan.

Pembahasan:

Memiliki akun media sosial seperti Instagram sangat penting untuk membangun citra diri (personal branding), memperluas jaringan sosial, dan memfasilitasi interaksi dua arah. Dengan adanya Instagram, produk Bapak Ahmad kini memiliki identitas visual yang kuat dan dapat bersaing di pasar modern maupun online.



Gambar 3. Akun Instagram Ternak Entok Barokah

4. Menentukan Lokasi Usaha

Hasil:

Lokasi usaha ternak entok Bapak Ahmad berada di Desa Gerimak Indah. Lokasi kandang umumnya mudah dijangkau dengan jalan desa, sehingga memudahkan distribusi pakan dan penjualan ke pasar tradisional. Lingkungan sekitar juga mendukung pengembangan usaha berbasis pangan lokal.

Pembahasan:

Lokasi usaha yang mudah diakses dan dekat dengan pasar menjadi faktor penting dalam strategi pemasaran. Selain itu, potensi lokal seperti ketersediaan bahan baku dan dukungan masyarakat sekitar memperkuat posisi usaha dalam rantai pasok lokal. Keberadaan lokasi yang tetap juga memudahkan dalam pengawasan mutu produk, distribusi, dan peningkatan kapasitas produksi ke depan



Gambar 4. Pembuatan Google Maps Lokasi Usaha Ternak Entok Barokah

KESIMPULAN

Dosen STIE AMM Mataram bersama mahasiswa telah melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Pendampingan Manajemen dan Inovasi Produk Olahan dalam Peningkatan Kapasitas Produksi Ternak pada UMKM Ternak Entok Barokah di Desa Gerimax Indah, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat.

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan hasil yang signifikan karena melalui pendampingan manajemen berupa pembuatan laporan keuangan sederhana, pembuatan inovasi produk olahan berupa abon entok, perancangan desain media sosial berbentuk Instagram, dan penentuan lokasi usaha (Google Maps) akan berdampak terhadap terjadinya peningkatan dalam aspek permodalan, profesionalitas, dan daya saing usaha. Dengan kekuatan seperti ini, usaha Bapak Ahmad, UMKM Entok Barokah, memiliki potensi untuk diminati oleh banyak pembeli, berkembang lebih maju dan berkelanjutan, serta menjadi contoh bagi para pelaku usaha lainnya di wilayah sekitar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pendampingan Manajemen dan Inovasi Produk Olahan dalam Peningkatan Kapasitas Produksi Ternak pada UMKM Ternak Entok Barokah di Desa Gerimax Indah, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat” dapat terlaksana dengan baik dan lancar, serta memberikan hasil yang bermanfaat bagi masyarakat. Kami memberikan penghargaan serta mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ketua dan civitas akademika STIE AMM Mataram yang telah memberikan dukungan moral, fasilitas, dan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini.

2. Pemerintah Desa Gerimax Indah atas kerja sama, bantuan, serta sambutan hangat yang diberikan selama kegiatan berlangsung.
3. Bapak Ahmad, selaku pelaku usaha ternak entok, yang telah berpartisipasi aktif dan terbuka dalam seluruh rangkaian kegiatan.
4. Masyarakat Desa Gerimax Indah, atas dukungan, partisipasi, dan antusiasme dalam mengikuti kegiatan.
5. Seluruh tim pelaksana dan mahasiswa pendamping yang telah bekerja dengan penuh semangat, tanggung jawab, dan kebersamaan sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan baik.

Kami berharap kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi peningkatan kapasitas usaha masyarakat, khususnya dalam aspek manajemen dan pemasaran produk. Semoga hasil kegiatan ini menjadi langkah awal menuju kemandirian ekonomi masyarakat desa.

Kami juga menyadari bahwa dalam pelaksanaan kegiatan ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan saran dan masukan yang konstruktif demi perbaikan kegiatan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler Philip, & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education
- Sofjan Assauri. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Syaiful Syaiful, (2016). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing*. Akmen Jurnal Ilmiah Vol. 13 No. 3. (2016).
- Trio Febriyantor M & Debby Arisandi. (2018). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean*. JMD (Jurnal Riset Manajemen)