

Diversifikasi Olahan dan Kemasan Inovatif untuk Menunjang Pengembangan Usaha Ayam Potong Broiler

Tunjung Andarwangi^{1*}, Dita Pratiwi¹, Intan Andya Bellapama¹, Ratu Chaterine Fajri¹, Valdi Mugnhi Budiman¹, Putri Dinda Kiki¹

¹Agribisnis Pangan, Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Lampung

*Email: tunjungandarwangi@polinela.ac.id

Abstrak

Rumah Potong Ayam Berkah Bude Warti merupakan salah satu pelaku usaha bisnis di bidang peternakan ayam di Kota Bandar Lampung yang berlokasi di Jl. Pekonlom No 28 Keteguhan Teluk Betung Timur, Bandar Lampung. Rumah Potong Ayam ini sudah berdiri lebih dari 20 tahun namun produk yang dihasilkan hanya berupa ayam potong tanpa adanya diversifikasi olahan ayam lainnya. Selain itu pengemasan dan pemasaran yang dilakukan masih konvensional. Pemasaran dilakukan dengan metode menjual langsung ayam broiler ke konsumen di pasar kangkung Kota Bandar Lampung, dengan menggunakan kemasan plastik seadanya atau biasa disebut kantong kresek. Oleh karena itu tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu untuk peningkatan omzet mitra, peningkatan kualitas dan kuantitas produk, serta peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra. Metode pelaksanaan ditempuh dengan dua kegiatan yaitu persiapan dan pelatihan. Hasil kegiatan yaitu berupa (1) mitra berhasil memproduksi ayam ungkep siap masak. (2) Kemasan lebih inovatif dan menarik.

Kata Kunci: ayam, diversifikasi olahan, kemasan

PENDAHULUAN

Ayam broiler (*Gallus domesticus*) merupakan salah satu hewan ternak yang berperanan penting dalam memenuhi kebutuhan produk hewani (Aryadi, Murni, & Manin, 2022). Bertambahnya jumlah penduduk, tingkat pendapatan, dan kesadaran masyarakat terhadap gizi, mengakibatkan kebutuhan terhadap produk hewani khususnya daging semakin meningkat. Kebutuhan protein hewani membuat industri peternakan mempunyai potensi yang besar untuk berkembang. Kebutuhan daging ayam diduga akan terus meningkat sejalan dengan kenaikan pendapatan dan jumlah penduduk. Adapun perkembangan konsumsi daging ayam broiler di Indonesia tahun 2019 hingga 2023 per kapita/ minggu dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-Rata Konsumsi Daging Ayam Broiler di Indonesia

Tahun	Konsumsi per kapita/ minggu (kg)
2019	0.124074
2020	0.129953
2021	0.141817
2022	0.153029
2023	0.157670

Sumber: (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2023)

Pada Tabel 1 diketahui bahwa perkembangan konsumsi daging ayam broiler dari tahun 2019 hingga 2023 terus meningkat, yang berarti permintaan akan daging ayam ras broiler terus mengalami peningkatan setiap tahunnya sehingga usaha daging ayam broiler berpotensi mengalami peningkatan. Rumah Potong Ayam Berkah Bude Warti merupakan salah satu pelaku bisnis usaha di Bandar Lampung dengan komoditas utama ayam broiler yang berlokasi di Jl. Pekonlom No 28 Keteguhan Teluk Betung Timur, Bandar Lampung. Rumah Potong ini

sudah berdiri lebih dari 20 tahun namun produk yang dihasilkan hanya berupa ayam potong tanpa adanya diversifikasi olahan ayam lainnya. Selain itu pengemasan dan pemasaran yang dilakukan masih konvensional. Pemasaran dilakukan dengan metode menjual langsung ayam broiler ke konsumen di pasar kangkung Kota Bandar Lampung, dengan menggunakan kemasan plastik seadanya atau biasa disebut hanya menggunakan kantong kresek.

Berdasarkan jumlah penduduk dan tingkat konsumsi ayam yang tinggi seperti yang dijelaskan pada Tabel 1 maka Rumah Potong Ayam Berkah Bude Warti memiliki potensi untuk berkembang karena saat ini produksi ayam potong mencapai 50-70kg per hari dengan rata-rata harga perkilo yaitu Rp38.000. Berdasarkan potensi tersebut banyak sekali produk olahan ayam yang bisa dikembangkan seperti ayam potong frozen, ayam ungkep bumbu, ayam crispy, dll guna meningkatkan penjualan. Diversifikasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga memperpanjang masa simpan serta meningkatkan nilai jual (Rahmawati, 2023)

Salah satu syarat untuk memasuki dunia pemasaran yang lebih luas yaitu perbaikan kemasan menjadi lebih inovatif. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun ekuitas merek dan mendorong penjualan (Ropikoh, Widjayanti, Idris, Nuh, & Fanani, 2024). Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Berdasarkan analisis situasi yang telah dijabarkan Rumah Potong Ayam Berkah Bude Warti perlu mendapat pendampingan terkait diversifikasi olahan ayam dan pengemasan yang lebih inovatif.

METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan di Rumah Potong Ayam Berkah Bude Warti, Kota Bandar Lampung. Metode pendekatan yang digunakan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi yaitu dengan cara pendekatan partisipatif aktif secara berkelanjutan. Tim pengusul berperan aktif melakukan pendampingan dan pembinaan secara berkala dan berkelanjutan kepada mitra.

Adapun tahapan pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat ini yaitu:

1. Tahap awal adalah pertemuan pendahuluan antara Tim dan Mitra
2. Analisis permasalahan dan kebutuhan mitra
3. Analisis kegiatan pelatihan yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra
4. Kegiatan pelatihan olahan produk ayam
5. Kegiatan pelatihan pengemasan kemasan inovatif

Penilaian kegiatan pengabdian dilakukan melalui evaluasi pada setiap sesi topik yang disampaikan. Evaluasi dilaksanakan dengan tujuan untuk melihat tingkat keterampilan mitra setelah diadakan pelatihan. Pada setiap sesi, tim pelaksana pengabdian menyediakan waktu untuk memungkinkan mitra mendiskusikan materi pelatihan dan mengajukan pertanyaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

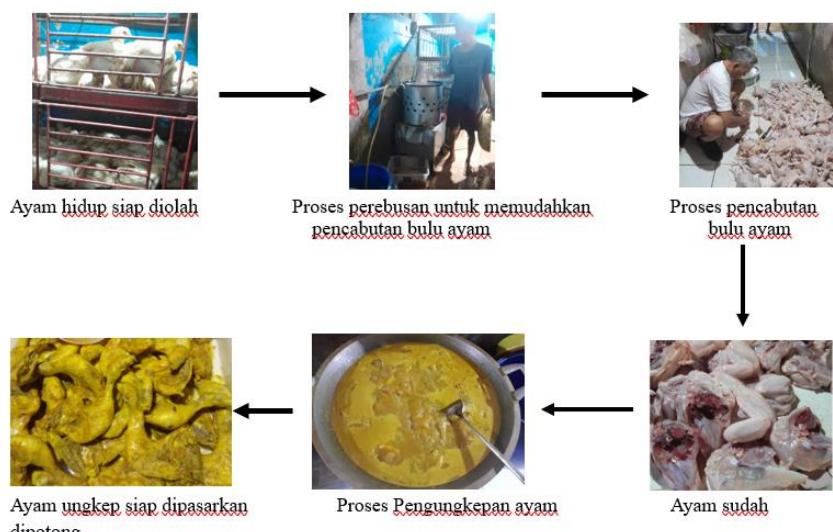
Pada pengabdian ini dilaksanakan dua kegiatan guna pengembangan usaha pada mitra. Kegiatan tersebut yaitu kegiatan diversifikasi produksi olahan ayam, dan kegiatan modernisasi pengemasan.

Kegiatan Diversifikasi Produk Olahan Ayam

Kegiatan diversifikasi produk olahan ayam ini didasari dengan permasalahan bahwa mitra yaitu Rumah Potong Ayam Berkah Bude Warti Bude Warti telah berdiri lebih dari 20 tahun namun produk yang dijual hanya berupa ayam potong saja, sehingga untuk pengembangan produk perlu ada diversifikasi produk olahan ayam. Saat ini, pengusaha dituntut untuk memiliki kemampuan kompeten dalam melakukan perubahan melalui terobosan yang inovatif terhadap produk yang sedang dikembangkan. Hal ini dapat menjadi upaya yang substansial dalam memperoleh kesuksesan mengatasi persaingan antar bisnis (Ramadhanto, Akbar, & Agoestiyowati, 2022). Menurut (Abdullah & Faisal, 2016), diversifikasi produk merupakan suatu upaya yang dilakukan perusahaan untuk memberikan perubahan secara fungsional pada produknya agar mampu bersaing dengan kompetitor, sehingga produk tersebut dapat berhasil di pasaran.

Pada kegiatan PKM ini diversifikasi produk yang dipilih yaitu berupa ayam ungkep. Ayam ungkep dipilih karena tergoong makanan yang praktis. Konsumen bisa langsung menggoreng ayam tanpa repot membumbui maupun mengungkep terlebih dahulu, sehingga cocok untuk berbagai kalangan seperti ibu rumah tangga yang bekerja, mahasiswa maupun anak kos, atau para pekerja kantoran, serta konsumen yang memerlukan makanan praktis. Adapun proses pengungkepannya dapat dilihat Pada Gambar 1.

Kegiatan diversifikasi olahan produk ayam berjalan dengan baik, saat ini mitra tidak lagi hanya menjual ayam potong namun menjual juga ayam ungkep siap masak. Adapun bantuan yang diberikan untuk menunjang kegiatan ini yaitu kompor, selang regulator, wajan, dan box besar. Diharapkan kegiatan ini dan bantuan alat penunjang usaha yang diberikan dapat bermanfaat untuk pengembangan usaha.



Gambar 1. Proses pembuatan ayam ungkep

Kegiatan Modernisasi Pengemasan

Pada kegiatan ini diadakan penyuluhan terkait kemasan yang lebih modern dengan memberikan merek produk sebagai upaya memberikan identitas pada produk yang dijual. Citra merek merupakan gambaran mengenai asosiasi serta kepercayaan konsumen terhadap suatu merek, sedangkan asosiasi dipahami sebagai karakteristik khas dari suatu merek tertentu yang memiliki tingkat kekuatan tersendiri. Citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh

secara signifikan positif pada keputusan pembelian suatu produk (Kaunani & Aminah, 2022). Adapun kegiatan pengabdian terkait modernisasi pengemasan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan PKM tentang Modernisasi Pegemasan

Pada kegiatan ini mitra sangat antusias mengikuti PKM yang dilaksanakan. Produk yang dikemas pada kegiatan ini yaitu produk olahan ayam (ayam ungkep) yang telah dibuat pada kegiatan sebelumnya. Pengemasan merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan dalam pemasaran produk karena kemasan yang dibuat dengan desain menarik serta perencanaan yang matang sehingga dapat membentuk persepsi konsumen bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik (Ermawati, 2019). Salah satu ciri kemasan yang baik yaitu dapat memberikan informasi produk kepada konsumen. Informasi produk dapat berupa logo. Logo berperan penting pada sebuah produk karena berfungsi untuk mengenalkan produk ke masyarakat atau konsumen (Suwandi, Susanti, & Nisrina, 2023). Adapun logo yang dibuat pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat di lihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Logo Kemasan

Kemasan perlu menampilkan kesan positif sejak pandangan pertama konsumen, karena kesan awal tersebut sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli maupun tidak memilih produk tersebut (Andarwangi et al., 2024). Adapun hasil kegiatan tentang modernisasi pengemasan baik sebelum maupun sesudah dapat dilihat pada Gambar 4.



Kemasan sebelum kegiatan PKM



Kemasan sesudah kegiatan PKM

Gambar 4. Kemasan Sebelum dan Sesudah Kegiatan PKM

Kegiatan modernisasi pengemasan berjalan dengan baik, diharapkan dengan kemasan yang lebih baik ini pangsa pasar ayam potong dan ayam unggul dapat lebih luas sehingga meningkatkan pendapatan mitra. Adapun bantuan yang diberikan untuk menunjang kegiatan ini yaitu tin wall, logo kemasan, dan nota dagang berkop.

KESIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan PKM pengembangan usaha ayam potong ras broiler melalui diversifikasi olahan dan kemasan inovatif pada Rumah Potong Ayam Berkah Bude Warti di Kota Bandar Lampung secara umum sudah berjalan dengan baik. Adanya peningkatan pengetahuan maupun pemahaman dari pemberian pelatihan ini. Terbentuknya diversifikasi olahan ayam, dan kemasan yang inovatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Lampung yang telah mendanai pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat hingga dapat terlaksana dengan baik melalui pendanaan dipa Polinela tahun 2025. Kami juga mengucapkan terimakasih juga kepada Rumah Potong Ayam Berkah Bude Warti atas kerjasamnya dan dukungannya dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

REFERENSI

- Abdullah, W., & Faisal, F. (2016). Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran pada PT Bank Mandiri (Persero) TBK Kanwil X Makassar. *Jurnal Minds*, 3(1), 154–168. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/minds.v3i1.4619>
- Andarwangi, T., Fitriani, F., Trisnanto, T. B., Sutarni, S., Saty, F. M., Apriyani, M., ... Pratiwi, D. (2024). Pengemasan Produk Inovatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Di Umkm Eyek-Eyek Reggae. *Jurnal Abimana (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nasional)*, 1(1), 26–30. <https://doi.org/10.25181/abimana.v1i1.3536>
- Aryadi, F., Murni, R., & Manin, F. (2022). Komposisi Kimia Daging Ayam Broiler yang diberi Tepung Ikan Rucah Berprobiotik. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Peternakan*, 25(2), 134–147.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Statistik Indonesia 2023. In *Badan Pusat Statistik Indonesia*. Jakarta. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Kaunani, D., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Indomilk Di Sidoarjo (Studi Pada Konsumen Susu Indomilk Di Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2549–2557. Retrieved from <http://journal.yrpipku.com/index.php/msej>
- Rahmawati, N. (2023). Pelatihan Diversifikasi Olahan Daging Ayam Menjadi Dimsum Pada Civitas Akademika Universitas Islam Kadiri. *Jurnal ABDIRAJA*, 6(2), 69–74. <https://doi.org/10.24929/adr.v6i2.2733>
- Ramadhanto, M., Akbar, M., & Agoestyowati, R. (2022). 2597-6934-1-Sm. *Jurnal JAMBIS*,

2(5), 654–660.

Ropikoh, S., Widjayanti, W., Idris, M., Nuh, G. M., & Fanani, M. Z. (2024). Perkembangan Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan Produk Pangan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(1), 30–38. <https://doi.org/10.30997/jiph.v6i1.12668>

Suwandi, A., Susanti, S., & Nisrina, N. (2023). Pengembangan Logo pada Produk sebagai branding UMKM di Desa Wisata Kertarahayu. *Journal of Tourism and Creativity*, 7(2), 108. <https://doi.org/10.19184/jtc.v7i2.38775>