

INOVASI PENINGKATAN MUTU DAGING SAPI MELALUI VARIASI OLAHAN DAGING DAN PENERAPAN KEMASAN ECO-FRIENDLY PADA PETERNAK SAPI LOKAL

Agung Witjoro^{1*}, Denny Setiawan², Muhammad Andry Prio Utomo³,
Ocha Tarra Earlya Roediy⁴, Dinar Arsy Anggarani⁵

^{1,2,3,4,5}Departemen Biologi, Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia

agung.witjoro.fmipa@um.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Indonesia memiliki potensi besar di sektor peternakan, salah satunya dalam pengembangan usaha ternak sapi lokal. Desa Wates, Kabupaten Kediri, merupakan salah satu wilayah yang memiliki populasi ternak sapi potong yang terus meningkat, namun persaingan bisnis yang ketat dan keterbatasan inovasi menjadi kendala utama. Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing usaha ternak sapi lokal melalui pengembangan inovasi produk olahan daging, penerapan eco-branding, dan penggunaan teknologi modern. Dengan metode Asset Based Community Development (ABCD), program ini melibatkan pendampingan usaha AJM Farm dalam menciptakan produk olahan seperti nugget, wonton, dan beef slice, serta penerapan kemasan ramah lingkungan (eco-friendly) guna mendukung pencapaian tujuan Sustainable Development Goals (SDGs). Kegiatan ini dihadiri langsung oleh pemilik mitra AJM Farm sebagai peserta pelatihan. Berdasarkan hasil evaluasi, program ini berdampak pada mitra yang menunjukkan adanya peningkatan kualitas produk, daya saing usaha, serta kesadaran lingkungan sebesar 95%. Evaluasi uji organoleptik produk menunjukkan hasil yang baik, sementara upaya keberlanjutan oleh pemilik usaha diharapkan dapat memperkuat posisi AJM Farm di pasar lokal. Implementasi strategi eco-branding juga diharapkan memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan bisnis di masa mendatang.

Kata Kunci: Peternakan Sapi; Inovasi Produk; Eco-Branding; SDGs; Usaha Berkelanjutan.

Abstract: Indonesia has great potential in the livestock sector, one of which is in developing local cattle farming businesses. Wates Village, Kediri Regency, is an area that has a growing beef cattle population, but tight business competition and limited innovation are the main obstacles. This service program aims to increase the competitiveness of local cattle farming businesses through developing innovative meat processing products, implementing eco-branding, and using modern technology. Using the Asset Based Community Development (ABCD) method, this program involves assisting AJM Farm's business in creating processed products such as nuggets, wontons and beef slices, as well as implementing eco-friendly packaging to support the achievement of Sustainable Development Goals (SDGs). This activity was attended directly by AJM Farm partner owners as training participants. Based on the evaluation results, this program has an impact on partners which shows an increase in product quality, business competitiveness and environmental awareness by 95%. Evaluation of product organoleptic tests shows good results, while sustainability efforts by business owners are expected to strengthen AJM Farm's position in the local market. Implementation of the eco-branding strategy is also expected to have a positive impact on business sustainability in the future.

Keywords: Farm; Product Innovation; Eco-Branding; SDGs; Sustainable Business.



Article History:

Received: 17-10-2024

Revised : 29-11-2024

Accepted: 21-11-2024

Online : 04-12-2024



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki potensi besar salah satunya pada sektor peternakan. Sebagian besar peternakan yang ada di Indonesia umumnya merupakan usaha sampingan bagi masyarakatnya terutama di beberapa daerah tertentu (Fajrianto & Suprehatin, 2020). Dalam membangun sebuah peternakan yang ideal, terdapat faktor penting yang harus diperhatikan salah satunya lingkungan (Junaedi, 2024). Seperti contohnya pemilihan letak dan bentuk kandang yang harus sesuai dengan sifat biologis ternak yang dipelihara serta iklim daerah setempat (Zaenal & Khairil, 2020). Lingkungan yang memadai dan terawat tentunya diperlukan untuk menghasilkan mutu daging sapi yang baik dan berkualitas.

Sapi potong merupakan salah satu komoditi pangan yang berkontribusi dalam pemenuhan gizi protein hewani bagi Masyarakat (Gustiani, 2022). Pemenuhan kebutuhan inilah yang membuat permintaan daging sapi di pasaran tidak pernah sepi konsumen dan secara tidak langsung menandakan bahwa usaha ternak sapi merupakan usaha yang sangat berkelanjutan. Menurut (Perwita dan Saptana, 2020), pengusaha sapi potong atau peternakan merupakan salah satu usaha yang dapat membantu pemerintah dalam pembagunan dan penyediaan daging sapi bermutu yang sesuai dengan kemampuan atau daya beli konsumen lokal. Salah satu usaha peternakan sapi lokal di Indonesia terletak di Desa Wates, Kabupaten Kediri.

Berdasarkan data dari dinas ketahanan pangan dan peternakan Kabupaten Kediri (2021) diketahui bahwa terdapat perkembangan usaha populasi ternak sapi potong di Desa Wates selama tiga tahun terakhir pada tahun 2018 hingga 2020. Pada tahun 2018 populasi peternakan sapi potong di Desa Wates sebanyak 14.339 sapi, pada tahun 2019 sebanyak 14.456 sapi, dan pada tahun 2020 sebanyak 14.515 sapi. Berdasarkan data diketahui bahwa terdapat presentase kenaikan populasi ternak sapi potong dari tahun 2018 ke 2019 sebesar 1,17%. Berdasarkan data BPS Kabupaten Kediri, presentase kenaikan di tahun selanjutnya pada 2019 ke 2020 terdapat presentase kenaikan populasi ternak sebesar 0,59%.

Seiring berjalannya waktu, semakin meningkatnya jumlah produsen sapi potong, maka semakin ketat pula persaingan bisnis yang terjadi antar mitra usaha. Sehingga untuk mendapatkan keuntungan diperlukan adanya pengembangan produk yang menarik konsumen dan berkelanjutan. Salah satu cara pengembangan produk adalah dengan melakukan inovasi dan strategi inovasi yang digunakan harus berkontribusi terhadap penjagaan lingkungan (Fikamalina dkk., 2024). Menurut Elfa dkk. (2024), terdapat beberapa cara yang dapat mendukung penciptaan inovasi dalam usaha peternakan sapi potong seperti menghasilkan variasi produk baru, penerapan kemasan dengan desain baru, kualitas pemasaran, serta harga yang kompetitif dengan pelaku usaha yang lain. Lebih lanjut ditengah permasalahan umum yang terjadi, tim pengabdian Universitas Negeri

Malang melakukan observasi dan wawancara kepada salah satu pelaku usaha peternakan yang berada di Desa Wates Kediri yaitu mitra AJM Farm.

Mitra pada pengabdian ini yaitu AJM Farm yang merupakan salah satu lembaga peternakan sapi lokal yang berkembang di Desa Wates, Kediri. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik peternakan mitra AJM Farm, terdapat beberapa kendala bisnis yang sedang dirasakan mitra. Pertama, keterbatasan pengetahuan dan teknologi mengenai cara pengolahan dan pemotongan daging yang efektif dan menguntungkan. Kedua, belum terpikirkannya untuk menciptakan inovasi produk olahan daging yang diminati pasar. Ketiga, Keterbatasan dalam pemasaran dan branding produk yang disebabkan karena kurangnya keahlian branding yang inovatif dan menarik perhatian konsumen. Menurut Nurdiana dan Aripriabowo (2022), peningkatan branding produk dipengaruhi oleh kemampuan mengamati lingkungan dan melihat peluang, kemampuan berkomunikasi yang persuasif, teknis, dan konseptual dalam re-branding produk. Melihat dengan adanya permasalahan yang tengah dialami mitra, maka kegiatan pengabdian ini diperlukan untuk memberikan pelatihan dan mendukung solusi yang berkelanjutan untuk usaha mitra di masa mendatang.

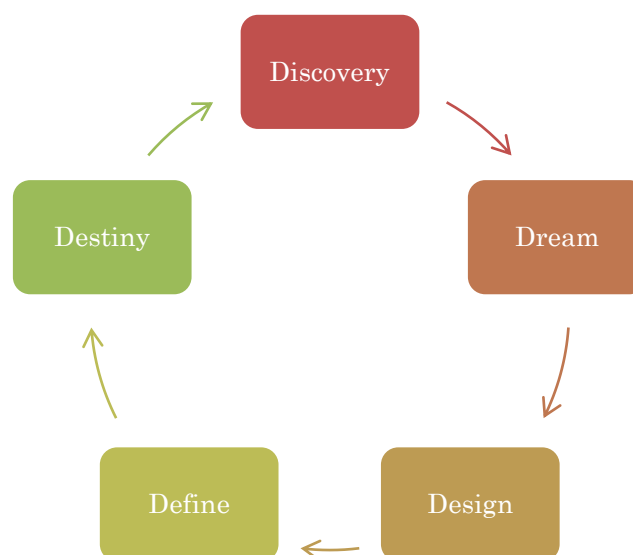
Solusi yang ditawarkan pada pengabdian ini adalah pembimbingan olahan produk daging yang dibalut dengan kemasan *eco-friendly* dan inventarisasi alat yang menunjang penerapan olahan daging sapi dengan teknologi yang lebih modern dan higienis. Dalam penelitian Putri dkk, (2018), pengembangan inovasi produk, menghasilkan produk baru, atau memperbaiki proses produksi dan distribusi dapat menjadi peluang mitra untuk bersaing mendapatkan segmen pasar baru. Variasi olahan produk daging yang ditawarkan dan dikembangkan dalam pengabdian ini berupa olahan *nugget*, wonton, dan *beef slice*. Produk olahan daging bertujuan untuk meningkatkan mutu, nilai jual produk, dan meningkatkan daya simpan pula (Winahyu, dkk. 2023). Walaupun dimungkinkan kemunculan produk yang sama dari mitra lain akan menimbulkan persaingan pasar, namun penerapan kemasan *eco-friendly* akan menjadi khas dari produk mitra AJM Farm yang lebih ramah lingkungan. Menurut (Rahman & Widodo, 2020), mengatakan bahwa fenomena kepedulian lingkungan di Indonesia saat ini tengah meningkat berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan bahwa konsumen bersedia membayar lebih untuk produk atau jasa yang mendukung lingkungan.

Potensi kewirausahaan berbasis *eco-friendly* dapat dimanfaatkan untuk merubah strategi bisnis kearah yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan. Menurut Widianti (2020), di era globalisasi saat ini, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, namun juga menjadi elemen penting dalam menarik perhatian konsumen dan membentuk citra produk di mata mereka. Penerapan kemasan yang ramah lingkungan juga dapat memberikan nilai tambah yang signifikan terutama pada konsumen

yang semakin peduli terhadap isu lingkungan yang terjadi saat ini (Khoirotunnisa, 2024). Selain itu, penerapan solusi yang mengedepankan lingkungan dapat berkontribusi dalam program *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang sedang digalakan pemerintah saat ini. Program peningkatan industri inklusif dan berkelanjutan, mendorong inovasi produk usaha, serta pengaplikasian kemasan *eco-friendly* sebagai bentuk tindakan cepat dalam mengatasi perubahan iklim saat ini menjadi tujuan dasar dilakukannya pengabdian ini. Dengan demikian, kegiatan pengabdian yang tidak hanya berfokus untuk meningkatkan pendapatan mitra namun juga berkontribusi terhadap pembangunan usaha yang modern dan peduli lingkungan.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan implementasi program dilaksanakan di Jalan Brajangan Desa Wates, Kec. Wates, Kel. Wates, Kab. Kediri, Jawa Timur yang merupakan alamat dari peternakan AJM Farm dan kegiatan ini terdiri dari empat anggota tim pengabdian Universitas Negeri Malang, dua dosen pendamping, satu pemateri kewirausahaan dan satu peserta pelatihan yaitu pemilik peternakan AJM Farm, Bapak Fajrul Alam. Pelaksanaan program menggunakan metode *Asset Based Community Development* (ABCD) dengan memanfaatkan aset dan potensi yang dimiliki mitra. Metode ABCD merupakan suatu metode yang sesuai untuk menerapkan pendekatan holistik terhadap masyarakat yang bertujuan dalam pengembangan potensi produk (Al-Kautsari, 2019). Selain untuk pengembangan sumber daya, metode ABCD juga digunakan untuk menggali kreativitas individu dan komunitas serta meningkatkan kapasitas sumber daya manusia secara berkelanjutan. Diagram Metode ABCD dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram *Asset Based Community Development*

Pendekatan ABCD sering digunakan dalam kasus pemberdayaan komunitas. Seperti misalnya pada pemberdayaan mitra AJM Farm yang bergerak pada usaha peternakan sapi potong di Desa Wates, Kabupaten Kediri. Kegiatan pendampingan dilakukan mulai dari bulan Juni-Oktober 2024. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mengenai pemasalahan yang dialami mitra, maka perlunya pendekatan partisipatif yang bersifat inovatif, berkelanjutan, dan berdampak pada keuntungan mitra. Pendekatan ABCD dilakukan dengan pembimbingan wirausaha dan menginventarisasi alat sebagai penerapan teknologi modern untuk menghasilkan mutu produk yang lebih berkualitas.

Dalam pendekatan dengan metode ABCD terdapat lima langkah utama untuk melakukan riset pendampingan yang terdiri dari *discovery* (menemukan), *dream* (impian), *design* (merancang), *define* (menentukan), dan *destiny* (lakukan) (Ramadhani & Saputra, 2022). Tahap *discovery* pada pengabdian ini dilakukan dengan mengidentifikasi permintaan daging hingga bagian daging yang berpotensi untuk dijadikan produk olahan. Tahap ini dilakukan diawal kegiatan sebelum dilangsungkannya pelatihan dengan wawancara dan diskusi oleh pemilik mitra AJM Farm. Tahap *dream* dilakukan saat wawancara mengenai harapan dan kebutuhan mitra untuk mencapai usaha yang berkelanjutan melalui inovasi produk olahan daging yang ditawarkan. Tahap *design* dilakukan oleh tim pengabdian dengan cara merancang ide kemasan yang praktis dan ramah lingkungan, metode pengolahan produk, serta alat-alat yang diinventarisasi untuk menunjang kemajuan usaha.

Tahap *define* dilakukan dengan pengimplementasian pelatihan kepada mitra. Kegiatan yang dilakukan dimulai dari pembimbingan usaha kreatif, metode pengolahan produk daging yang diminati masyarakat, serta inventarisasi alat pemotong daging. Setelah implementasi berakhir, dilakukan sesi evaluasi dan kepuasan program. Tujuannya adalah untuk memperkirakan dampak yang dihasilkan pasca pelatihan. Terakhir adalah tahap *destiny* yang merupakan implementasi pasca pelatihan yang dilakukan pelaku usaha. Pada tahap ini tim pengabdian akan melakukan monitoring terhadap capaian keberhasilan keberlanjutan usaha pasca pelatihan. Indikator capaian keberhasilan dalam program ini adalah terbentuknya branding usaha yang lebih ramah lingkungan, menciptakan resep dan produk inovasi olahan daging, penerapan alat teknologi produksi yang higienis, dan pengadaan kepemilikan NIB usaha pada mitra. Capaian yang dihasilkan akan dilaporkan sebagai hasil dari program yang berdampak pada kelangsungan usaha mitra

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap *Discovery*

Kegiatan pengabdian dimulai dengan identifikasi terhadap kebutuhan mitra AJM Farm khususnya terkait permintaan daging hingga bagian daging yang berpotensi menjadi produk olahan. Kegiatan ini dilakukan dengan wawancara dan diskusi dengan pemilik usaha. Hasil diskusi mengungkapkan bahwa terdapat permintaan tinggi untuk olahan daging seperti daging guling untuk bakso atau sosis, serta potongan daging premium untuk masakan khas tradisional maupun milenial. Hasil identifikasi ini menjadi dasar untuk merancang pelatihan dan inventarisasi yang relevan dengan kebutuhan pasar sekaligus memperkuat posisi usaha mitra. Pendekatan berbasis kebutuhan atau *need-based approach* menjadi penting dalam memastikan keberlanjutan program.

2. Tahap *Dream*

Tahap *dream* menekankan pada penggalian keinginan dan kebutuhan mitra untuk mengembangkan usahanya. Berdasarkan hasil identifikasi pada tahap ini, mitra berharap dapat menciptakan produk olahan yang memiliki nilai tambah serta memperluas pangsa pasar dengan inovasi kemasan dan produk. Gambaran ini mencerminkan visi mitra untuk mencapai keberlanjutan usaha melalui peningkatan kualitas dan diferensiasi produk.

3. Tahap *Design*

Berdasarkan hasil identifikasi pada tahap *discovery* dan *dream*, tim pengabdian merancang solusi inovatif yang mencakup beberapa aspek utama, yaitu (1) desain kemasan yang praktis dan *eco-friendly* untuk mendukung *eco-branding* produk, (2) metode pengolahan produk yang menghasilkan cita rasa yang diminati masyarakat, dan (3) inventarisasi alat pendukung seperti pemotong daging (*beef slicer*) dan alat pengemas vakum untuk meningkatkan efisiensi produksi. Tahap *design* ini tidak hanya menargetkan peningkatan nilai produk tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan, sejalan dengan tren pasar yang semakin peduli pada isu-isu lingkungan.

4. Tahap *Define*

Tahap *define* adalah tahap implementasi dan evaluasi kepada mitra. Pelatihan kepada mitra dimulai dengan (1) bimbingan dan diskusi interaktif untuk membentuk usaha kreatif yang melibatkan pelatihan metode pengolahan produk dan pemasaran, (2) demonstrasi penggunaan alat pemotong daging dan pengemasan vakum untuk menjaga kualitas produk, dan (3) pendampingan pembuatan NIB. Berikut adalah beberapa hasil dari tahap *define* secara berurutan.

a. Bimbingan Pembuatan *Branding* AJMFoods

Pengembangan branding menjadi salah satu aspek penting dalam upaya peningkatan daya saing Romi dkk. (2023), terutama untuk produk daging olahan dari usaha ternak sapi lokal di Desa Wates, Kabupaten Kediri. Produk olahan daging sapi ini dipasarkan di bawah merek dagang AJMFoods yang mencerminkan nilai-nilai lokal, keaslian, serta komitmen terhadap kelestarian lingkungan. Nama AJMFoods diambil dari inisial pengelola usaha ternak dan olahan daging, menekankan hubungan erat antara produk dan komunitas lokal. Strategi branding ini difokuskan pada penciptaan identitas yang kuat, dengan logo yang menggambarkan unsur tradisional dan keberlanjutan, serta pesan-pesan *eco-branding* yang memperkuat citra produk ramah lingkungan.

Branding berperan penting dalam memperkuat loyalitas konsumen (Rahajoe dkk., 2023). Branding AJMFoods berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk olahan daging sapi lokal, dengan menonjolkan kualitas daging yang bersumber dari peternakan berkelanjutan, tanpa menggunakan bahan kimia berbahaya. Selain itu, AJMFoods juga mengkomunikasikan komitmen mereka terhadap tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya dalam aspek kelestarian lingkungan dan kesejahteraan ekonomi lokal.

b. Kemasan dan Produk Berkelanjutan Sebagai Wujud Penerapan SDGs

Kemasan produk daging olahan AJMFoods dirancang dengan prinsip keberlanjutan, memanfaatkan 80% bahan-bahan yang ramah lingkungan seperti daun pisang, plastik *biodegradable*, tanpa bahan pengawet, dan besek bambu. Kemasan ini tidak hanya berfungsi melindungi produk, tetapi juga mendukung upaya pengurangan limbah plastik sesuai dengan tujuan SDGs nomor 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab/*responsible consumption*). Desain kemasan juga mengedepankan elemen visual yang menarik dengan mencantumkan informasi gizi, asal-usul bahan, dan informasi bahan organik yang digunakan dalam *eco-branding*, hal ini dicantumkan untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap pentingnya produk ramah lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Surya dkk. (2023) yang menekankan bahwa kemasan ramah lingkungan berkelanjutan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk yang lebih bertanggung jawab secara sosial.

Produk yang dikembangkan meliputi wonton, nugget, dan beef slice yang masing-masing diperkaya dengan inovasi rasa serta dikemas sesuai standar keamanan pangan. Inovasi pada produk ini juga selaras dengan SDGs nomor 2 (Tanpa Kelaparan), produk ini diposisikan sebagai sumber protein alternatif yang terjangkau dan bernutrisi, dengan fokus pada ketersediaan makanan sehat yang berasal dari

sumber lokal. Gambaran kemasan dan produk dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kemasan dan Gambaran Produk

c. *E-Flipbook* Resep dan Inovasi *Eco-Branding*

Sebagai bagian dari strategi pemasaran dan edukasi konsumen, tim pengabdian juga mengembangkan *e-flipbook* yang berisi kumpulan resep dan inovasi dalam pengolahan daging olahan AJMFoods. *E-flipbook* ini tidak hanya berfungsi sebagai media promosi produk, tetapi juga sebagai alat edukasi untuk mengajarkan konsumen tentang pentingnya *eco-branding* dan cara memanfaatkan produk olahan daging sapi secara kreatif dan berkelanjutan. Fonda & Sumargiyani (2018) menyatakan bahwa *software flipbook* dapat digunakan sebagai alat profesional yang dapat mengubah file PDF, gambar, teks, dan video menjadi format yang menyerupai buku.

E-flipbook ini dapat diakses secara gratis melalui platform digital, dan di dalamnya memuat berbagai ide resep sehat dan produk yang ramah lingkungan. Selain itu, *e-flipbook* juga menampilkan informasi mengenai bahan baku lokal yang digunakan, teknik pengolahan ramah lingkungan, dan langkah-langkah untuk mengurangi jejak karbon dalam proses produksi hingga konsumsi. *E-flipbook* ini dibuat untuk memberikan edukasi kepada konsumen tentang cara mengolah produk secara kreatif dan ramah lingkungan di rumah. *E-flipbook* ini diharapkan dapat memperkuat hubungan pelanggan dengan produk melalui pengalaman memasak yang interaktif dan personal. Link *e-flipbook* dapat diakses pada <https://heyzine.com/flipbook/d5d6267ed9.html#page/8>.

d. Hasil Uji Organoleptik Produk

Uji organoleptik dilakukan untuk mengevaluasi kualitas sensoris dan fisik dari produk olahan daging sapi AJMFoods, yaitu wonton, *nugget*, dan *beef slice*. Uji ini melibatkan panelis yang terdiri dari 30 orang, yang mengevaluasi produk berdasarkan kriteria rasa, tekstur, aroma, dan penampilan. Hasil uji organoleptik pengembangan produk AJMFoods dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Organeleptik

No	Kriteria	Produk	Kurang	Rasa Pas	Terlalu Kuat
1	Rasa	Wonton	2	25	3
2		Nugget	3	22	5
3		Beef Slice	2	25	3
	Kriteria	Produk	Kurang	Tekstur Pas	Terlalu Padat
1	Tekstur	Wonton	3	24	3
2		Nugget	2	25	3
3		Beef Slice	3	22	5
	Kriteria	Produk	Kurang	Aroma Menarik	Terlalu Kuat
1	Aroma	Wonton	4	26	0
2		Nugget	2	25	3
3		Beef Slice	2	25	3

Produk wonton memperoleh nilai rata-rata yang sangat baik dalam hal rasa dan tekstur, dengan komentar positif mengenai kelezatan bumbu dan kekenyalan dagingnya. Teksturnya dinilai lembut namun tidak hancur, dan panelis memberikan pujian atas rasa gurih yang pas. Nugget juga mendapatkan respon yang baik, terutama pada aspek tekstur yang renyah di luar namun lembut di dalam. Rasa yang dihasilkan seimbang, meskipun beberapa panelis mencatat bahwa aroma sedikit dapat ditingkatkan. Secara keseluruhan, nugget dinilai cocok sebagai makanan ringan sehat. Produk *beef slice* menonjol dalam hal penampilan dan aroma. Rasanya dinilai kaya akan umami, dengan tekstur daging yang tidak terlalu keras maupun terlalu lunak. *Beef slice* juga disukai karena kepraktisannya untuk digunakan dalam berbagai menu.

e. Inventarisasi dan Demonstrasi Alat Pemotong Daging dan Pengemasan Vakum

Inventarisasi dilakukan untuk memastikan alat yang digunakan sesuai dengan kebutuhan produksi, seperti ketepatan pemotongan, kecepatan kerja, dan standar higienitas. Demonstrasi penggunaan alat pemotong daging dilakukan dengan memberikan panduan teknis tentang cara memotong daging secara presisi sesuai dengan jenis produk, seperti steak, daging giling, atau irisan tipis. Selain itu, alat pengemasan vakum diperkenalkan sebagai teknologi yang dapat memperpanjang masa simpan produk, menjaga kesegaran, dan mencegah kontaminasi. Mitra usaha diajarkan langkah-langkah operasional alat pengemas vakum, termasuk penyesuaian suhu dan pengaturan tingkat vakum yang optimal. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan kemampuan mitra dalam menggunakan teknologi pendukung, yang berdampak pada efisiensi produksi dan daya saing produk di pasar. Upaya ini menjadi langkah strategis dalam mendukung keberlanjutan usaha AJM Farm dengan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan kebutuhan konsumen modern.

f. Pendampingan NIB

Sebagai bagian dari program pemberdayaan, pemilik usaha AJMFoods didampingi dalam proses pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) agar dapat beroperasi secara legal dan memiliki akses yang lebih luas ke pasar. Proses ini mencakup pendampingan administrasi, verifikasi dokumen, dan registrasi melalui sistem perizinan terpadu *online* yaitu *Online Single Submission* (OSS) (<https://oss.go.id/>) (Putri dkk., 2019). Dengan NIB yang telah diterbitkan, AJMFoods kini memiliki landasan hukum yang kuat untuk mengembangkan usaha, memperluas jaringan distribusi, serta mengakses berbagai program bantuan pemerintah dan lembaga terkait. Keberadaan NIB juga memperkuat daya saing usaha, meningkatkan kredibilitas di mata konsumen, dan memungkinkan perluasan ke berbagai pasar potensial, termasuk supermarket besar dan pasar ekspor.



Gambar 3. Pendampingan NIB

g. Evaluasi Program

Evaluasi program pengabdian pada usaha AJM Farm dilakukan untuk menilai dampak pelatihan dan implementasi yang telah dilaksanakan terhadap perkembangan usaha mitra. Fokus evaluasi mencakup aspek branding, inovasi produk, penggunaan teknologi produksi, dan legalitas usaha. Hasil evaluasi program menjadi tolak ukur keberhasilan program sekaligus bahan masukan untuk perbaikan program selanjutnya. Evaluasi program sebelum dan sesudah disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Evaluasi Program

No	Indikator	Sebelum Program	Sesudah Program	Hasil Program	Persentase
1	Terbentuknya branding usaha	Belum	Sudah	<i>Eco-branding</i> AJM Foods	100%
2	Produk inovasi dan resep	Belum	Sudah	<i>Beef nugget,</i> <i>beef wonton,</i>	100%

No	Indikator	Sebelum Program	Sesudah Program	Hasil Program	Persentase
				dan <i>beef slice</i>	
3	Alat teknologi produksi	Belum	Sudah	Alat pemotong daging <i>slice</i> dan mesin vakum kemasan	100%
4	Kepemilikan legalitas usaha	Belum	Sudah	NIB	80%
Keberhasilan Program					95%

Berdasarkan hasil evaluasi program, program pengabdian menunjukkan perubahan pada masing-masing indikator setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian. Hal ini menunjukkan keberhasilan tahap *destiny* dalam mendorong keberlanjutan usaha sekaligus memberikan kontribusi nyata pada peningkatan ekonomi lokal.

5. Tahap *Destiny*

Tahap ini fokus pada monitoring keberlanjutan program setelah selesai pelatihan. Keberlanjutan program ini ditandai dengan adanya komitmen dari pemilik usaha untuk terus mengembangkan inovasi produk dan *eco-branding* secara mandiri setelah program pengabdian selesai. Pemilik usaha telah diberikan pelatihan dan pendampingan terkait manajemen produk, strategi pemasaran berbasis *eco-branding*, dan pemanfaatan platform digital untuk promosi produk. Mitra juga didorong untuk menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk komunitas peternak lokal dan lembaga-lembaga terkait untuk mendukung keberlanjutan usaha. Langkah ini penting untuk memastikan keberlanjutan bisnis di masa depan, mengingat bahwa keberhasilan *eco-branding* sangat tergantung pada komitmen berkelanjutan dari pelaku usaha (Rachmat, 2015). Upaya keberlanjutan ini mencakup pengembangan produk baru yang tetap berfokus pada konsep ramah lingkungan, serta memperluas pasar dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce. Dengan adanya *e-flipbook* dan branding yang kuat, pemilik usaha optimis bahwa produk AJMFoods dapat terus bersaing dan berkembang, serta menjadi contoh sukses dari integrasi inovasi produk dan *eco-branding* dalam industri pangan lokal.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian untuk meningkatkan kualitas usaha peternakan sapi mitra AJM Farm di Desa Wates Kediri telah mencapai tingkat keberhasilan 95% berdasarkan hasil evaluasi kegiatan. Pelatihan yang diberikan berhasil mengatasi kendala utama mitra mengenai pengolahan daging, inovasi produk, dan strategi pemasaran dengan memperkenalkan inovasi produk olahan daging yang dikemas menggunakan desain ramah lingkungan. Branding *ecofriendly* AJM Foods mendukung tujuan SDGs terutama pada aspek produksi bertanggung jawab. Penggunaan alat modern pada program ini meningkatkan efisiensi dan higienitas proses produksi, sehingga membuka peluang bisnis yang berkelanjutan. Mitra diharapkan terus memanfaatkan teknologi yang telah diperkenalkan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan memperhatikan kualitas produk. Selain itu, diharapkan mitra dapat mengembangkan jaringan pemasaran yang lebih luas untuk memperkuat posisi usaha. Pendampingan pengurusan halal produk perlu dilakukan sebagai keberlanjutan program kemitraan selanjutnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM Universitas Negeri Malang, AJM Farm, dan semua pihak yang terlibat pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Kautsari, M. M. (2019). Asset-Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259–278.
- Elfa, Y., Febriyana, A. N., Pratama, F. P., Rahmania, H., Prayuda, R., & Nabila, Z. (2024). Menciptakan Strategi Inovatif Dan Kreatif Bagi Umkm: Observasi Pada Usaha “Coffe Satu.” *DIGIBE: Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 27–33.
- Fajrianto, I. D., & Suprehatin, S. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Sapi Pedaging Kelompok Ternak Berkah Usaha di Blora. *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*, 10(1), 58–67.
- Fikamalina, A. D. I., Puspitayani, D. F., Shella, D. E. M., Nugroho, R. H., & Ikaningtyas, M. (2024). Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk dalam Keberlanjutan Bisnis: Studi Kasus UMKM di Masa Pandemi. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 3(1), 249–264.
- Fonda, A., & Sumargiyani, S. (2018). The developing math electronic module with scientific approach using kvisoft flipbook maker pro for xi grade of senior high school students. *Infinity Journal*, 7(2), 109–122.
- Gustiani, E., & Fahmi, T. (2022, June). Peran Sektor Peternakan Mendukung Ketahanan Pangan di Era New Normal Melalui Penerapan Teknologi Reproduksi Pada Sapi Potong Di Kabupaten Majalengka. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis* (Vol. 6, No. 1, pp. 70-76).
- Junaedi, J. (2024). Analisis Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Ayam Pedaging pada Peternakan Rakyat Pola Mandiri Di Kabupaten Buton Tengah. *Musamus Journal of Livestock Science*, 7(1), 31–40.

- Khoirotunnisa, F. (2024). Peningkatan Citra Produk Sentra Olahan Herbal Surabaya Melalui Sosialisasi Kemasan Ramah Lingkungan. *Abdi: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(3), 470-476.
- Nurdina, N., & Aripriabowo, T. (2022). Penguatan Kompetensi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Sebagai Penentu Kinerja Ukm. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 8(1), 113-124.
- Perwita, A. D., & Saptana, nFN. (2020). Peran Wirausaha Pertanian dalam Menghadapi Era Disrupsi Inovasi. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 37(1), 41-58. Retrieved from <https://epublikasi.pertanian.go.id/berkala/fae/article/view/1127>
- Putri, A. C., Wibowo, B. A., & Triarso, I. (2019). Analisis persepsi dan partisipasi nelayan terkait kebijakan izin berusaha perikanan tangkap melalui sistem Online Single Submission (OSS) bagi nelayan di PPP (Pelabuhan Perikanan Pantai) Klidang Lor, Kecamatan Batang, Kabupaten Batang. *Journal of Fisheries Resources Utilization Management and Technology*, 8(2), 1-6.
- Putri, M. A. L., Yasa, N. N. K., & Giantari, I. G. A. K. (2018). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UKM Kerajinan Endek Di Kabupaten Klungkung. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(4), 522-534. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i4.56>
- Rachmat, A. N. (2015). *Studi Eksplorasi Alternatif Pendekatan Untuk Pemilihan Perusahaan Skala Menengah Program Pilot Project Implementasi Industri Hijau*. Institut Teknologi Sepuluh November.
- Rahajoe, A. D., Safeyah, M., & Daniar, A. (2023). Penguatan branding UMKM Go-Digital Usaha Eka Jaya Tekstil. *Jurnal Plakat*, 5(2), 184-194.
- Rahman, T. N., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Eco-label, Eco-brand Dan Environmental Advertisement Terhadap Consumer Purchase Behavior Pada Konsumen Produk Ecocare. *EProceedings of Management*, 7(2).halaman?
- Ramadhani, Y., & Saputra, A. (2022). Pemberdayaan Komunitas Rumah Baca Cendekia Dengan Pendekatan Asset Based Community Development (Abcd) Guna Meningkatkan Minat Baca Pada Anak. *Lokomotif Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).halaman?
- Romi, M. R. O. V., Moch. Agus Syadad, Ridwan Iskandar, Odang Rusmana, & Ignatius Purwanggono. (2023). Strategi Inovasi Branding dan Marketing dalam Pengembangan Produk Potensi Desa dalam Upaya Peningkatan Kognitif Masyarakat Desa Neglasari Kecamatan Cisompet Kabupaten Garut. *Masyarakat Pariwisata : Journal of Community Services in Tourism*, volume? Issue? 26-32. <https://doi.org/10.34013/mp.v4i1.1360>
- Surya, E. P., Wijaya, G. A., Sari, K. A., & Aruna, A. (2023). Pengembangan Kemasan Ramah Lingkungan sebagai Dukungan untuk Keberlanjutan dalam Industri Ecomarketing di Kampung Industri Tempe Sanan. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 6.
- Winahyu, N., Maharani, N., & Helilusiatiningsih, N. (2023). Business Plan Produk Olahan Daging Ayam Skala Rumah Tangga. *Jurnal Pertanian Cemara*, 20(2), 43-52.
- Zaenal, H. M., & Khairil, M. (2020). Sistem manajemen kandang pada peternakan sapi bali di CV Enhal Farm. *Jurnal Peternakan Lokal*, 2(1), 15-19.