Volume 4 Nomor 01 Juni 2025 **E-ISSN: 2986-142X**
Jurnal Pengabdian Masyarakat Institut Agama Islam Sahid Bogor
https://jurnal-inais.id/index.php/JSM

INOVASI *PACKAGING* PRODUK DOMBA KALENG UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI UMKM DI MT FARM DESA TEGAL WARU FARMLAND

Azizah Mursyidah[1]*, Bayu Purnama Putra[2], Abrori[3], Nugroho[4], Zompi[5]

*[1] Institut Agama Islam Sahid, Indonesia, email: * azizah_mursyidah@yahoo.com*
[2-5] Institut Kesehatan Bisnis Annisa,

Info Artikel

Diajukan: 12 Mei 2025
Diterima: 26 Mei 2025
Diterbitkan: 02 Juni 2025

Keyword:
Canned Lamb, MSME Innovation, Marketing

Kata Kunci:
Domba Kaleng, Inovasi UMKM, Pemasaran

DOI :
https://doi.org/10.56406/jsm.v4i1.662

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the Indonesian economy but often face challenges in product innovation and marketing. MT Farm, an MSME in Tegal Waru Farm Land Village, has developed canned lamb product innovation to increase added value and competitiveness. This product is processed using autoclave technology, making it durable and easy to distribute. This community service aims to assist MT Farm in marketing canned lamb products through training and mentoring. The results of the community service show an increase in the knowledge and skills of MT Farm staff, an increase in product quality, an expansion of market reach, and an increase in sales. Canned lamb product innovation is expected to improve the MSME economy and community welfare.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun sering menghadapi tantangan dalam inovasi produk dan pemasaran. MT Farm, sebuah UMKM di Desa Tegal Waru Farm Land, telah mengembangkan inovasi produk domba kaleng untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing. Produk ini diolah menggunakan teknologi autoclave, sehingga tahan lama dan mudah didistribusikan. Pengabdian ini bertujuan untuk membantu MT Farm dalam memasarkan produk domba kaleng melalui pelatihan dan pendampingan. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan staf MT Farm, peningkatan kualitas produk, perluasan jangkauan pasar, dan peningkatan penjualan. Penjualan produk domba kaleng menunjukkan tren positif dari Januari hingga April 2024, dengan varian rendang domba menjadi yang paling diminati. Inovasi produk domba kaleng diharapkan dapat meningkatkan ekonomi UMKM dan kesejahteraan masyarakat.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) 1 dan penyerapan tenaga kerja (Badan Pusat Statistik, 2022). Namun, UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka, terutama dalam hal inovasi produk dan akses pasar. Diversifikasi produk menjadi salah satu strategi penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar.

Domba merupakan salah satu sumber protein hewani yang cukup melimpah di Indonesia, namun pemanfaatannya belum optimal, terutama dalam bentuk produk olahan. Selama ini, daging domba lebih banyak dijual dalam bentuk segar atau beku, yang memiliki keterbatasan dalam hal masa simpan dan distribusi. Dengan adanya inovasi produk domba kaleng, UMKM dapat mengolah daging domba menjadi produk yang lebih tahan lama, mudah didistribusikan, dan memiliki nilai tambah yang tinggi.

Daging domba adalah salah satu sumber protein hewani yang melimpah di Indonesia, namun pemanfaatannya masih terbatas pada produk segar dan beku. Di sisi lain, produk kalengan memiliki keunggulan dalam hal masa simpan yang lebih lama dan kemudahan distribusi, yang membuatnya cocok untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin berkembang, baik domestik maupun internasional. Oleh karena itu, pengembangan produk domba kaleng dapat menjadi salah satu solusi inovatif dalam meningkatkan nilai tambah dan keberlanjutan usaha UMKM di sektor peternakan.

Produk domba kaleng memiliki potensi pasar yang besar, baik di pasar lokal maupun internasional, terutama mengingat semakin tingginya permintaan konsumen akan produk makanan praktis dan bergizi. Namun, pengembangan produk ini memerlukan strategi yang tepat, termasuk dalam hal teknologi produksi, pengemasan, pemasaran, serta edukasi kepada konsumen mengenai manfaat dan keunggulan produk domba kaleng. Populasi Domba di Indonesia, Menurut data dari Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan, Kementerian Pertanian, populasi domba di Indonesia pada tahun 2021 mencapai sekitar 18 juta ekor. Jumlah ini terus meningkat seiring dengan meningkatnya permintaan pasar domestik untuk daging domba.

Konsumsi Daging Domba, menurut Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa konsumsi daging domba per kapita di Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan dengan daging sapi atau ayam. Namun, tren konsumsi daging domba menunjukkan peningkatan, terutama di kalangan masyarakat perkotaan dan pada saat momen tertentu seperti hari raya Idul Adha (Badan Pusat Statistik 2022).

Permintaan daging domba di Indonesia mengalami peningkatan, terutama pada momen tertentu seperti hari raya keagamaan, dengan puncaknya pada Idul Adha. Pada periode tersebut, permintaan domba bisa meningkat hingga 200% dibandingkan dengan bulan-bulan biasa. Selain itu,

peningkatan kesadaran masyarakat terhadap manfaat gizi daging domba juga turut mendorong peningkatan konsumsi.

Inovasi ini tidak dapat dilakukan tanpa strategi yang tepat. Faktor-faktor seperti teknologi pengolahan, metode pengemasan, manajemen rantai pasokan, serta strategi pemasaran harus diperhatikan untuk memastikan produk domba kaleng dapat bersaing di pasar yang kompetitif. Selain itu, edukasi kepada konsumen mengenai manfaat produk ini juga penting untuk mendorong penerimaan pasar yang lebih luas. Data dari Kementerian Perindustrian (2023) menunjukkan bahwa sektor peternakan di Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan, terutama dalam hal produk olahan . Studi yang dilakukan oleh Supriyadi *et al*. (2021) mengungkapkan bahwa inovasi produk kalengan di sektor peternakan mampu meningkatkan pendapatan UMKM hingga 30% dibandingkan dengan produk segar . Menurut riset yang dipublikasikan oleh Food and Agriculture Organization (FAO) (2020), produk kalengan memiliki masa simpan yang lebih lama, yang membuatnya lebih efisien dalam hal distribusi dan logistik.

Domba merupakan salah satu komoditas peternakan yang potensial untuk dikembangkan, khususnya dalam bentuk produk olahan seperti domba kaleng. Produk kalengan memiliki keunggulan dalam hal masa simpan yang lebih lama, kemudahan distribusi, dan potensi pasar yang lebih luas . Di samping itu, inovasi produk kalengan dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM, sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pelaku usahanya .

Salah satu cara untuk mencapai keberhasilan dalam meningkatkan penjualan produk domba kaleng, diperlukan strategi yang komprehensif. Ini meliputi pemilihan teknologi pengolahan yang tepat, pengemasan yang menarik dan aman, serta strategi pemasaran yang efektif. Di sisi lain, edukasi kepada konsumen juga menjadi faktor penting untuk meningkatkan kesadaran dan penerimaan terhadap produk domba kaleng.

Pengabdian ini bertujuan untuk melakukan pendekatan partisipatif dan pendampingan dalam pengabdian masyarakat. strategi inovasi pemasaran produk domba kaleng yang dapat mendukung peningkatan ekonomi dan kesejahteraan UMKM. Diharapkan melalui strategi ini, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya di pasar lokal dan internasional, serta berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Meskipun domba merupakan komoditas peternakan yang melimpah dan memiliki potensi ekonomi yang besar, terutama jika diolah menjadi produk kalengan, realitas di lapangan menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia masih sangat terbatas dalam memanfaatkan potensi ini. Produk domba kaleng memiliki keunggulan dalam hal masa simpan yang lebih lama, kemudahan distribusi, dan daya saing yang lebih tinggi di pasar lokal dan global. Namun, hingga saat ini, inovasi produk domba kaleng belum berkembang secara optimal di kalangan UMKM karena berbagai kendala, termasuk kurangnya

akses terhadap teknologi pengolahan yang tepat, keterbatasan dalam pengemasan yang menarik dan aman, serta strategi pemasaran yang belum efektif.

Kesenjangan ini menunjukkan bahwa terdapat potensi besar yang belum tergarap secara maksimal, yang jika dikelola dengan baik melalui strategi inovasi yang komprehensif, dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan ekonomi dan kesejahteraan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan tersebut dengan merumuskan strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk memaksimalkan potensi produk domba kaleng .

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian masyarakat dalam inovasi produk domba kaleng ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, penyuluhan dan edukasi kepada peternak dan pelaku UMKM di Desa Tegal Waru mengenai pentingnya diversifikasi produk domba dan potensi pasar produk domba kaleng. Edukasi ini mencakup informasi tentang teknik pengolahan, pengemasan, dan strategi pemasaran produk domba kaleng. Kedua, pelatihan teknis diberikan kepada para peternak dan pelaku UMKM terkait proses pengalengan daging domba. Pelatihan ini mencakup cara memilih daging berkualitas, proses memasak, hingga teknik sterilisasi menggunakan autoclave untuk memastikan produk aman dan tahan lama. Ketiga, pendampingan dan monitoring dilakukan secara berkala untuk membantu para peternak dan UMKM dalam mengimplementasikan proses produksi yang telah diajarkan. Pendampingan ini mencakup aspek teknis seperti produksi dan pengemasan, serta aspek non-teknis seperti strategi pemasaran dan manajemen bisnis. Terakhir, evaluasi dan umpan balik dilakukan untuk menilai efektivitas program pengabdian ini dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

Produk domba kaleng memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi lokal, terutama bagi UMKM seperti MT Farm di Desa Tegal Waru. Inovasi ini tidak hanya memperpanjang masa simpan daging domba, tetapi juga memungkinkan distribusi yang lebih luas, bahkan hingga ke pasar internasional. Melalui metode pengabdian ini, diharapkan (hasilnya para peternak dan pelaku UMKM dapat mengadopsi teknologi pengalengan domba yang tepat dan memahami strategi pemasaran yang efektif. Penyuluhan dan pelatihan teknis menjadi langkah awal yang penting dalam memberikan pengetahuan dasar kepada para peternak tentang proses pengalengan yang benar. Pendampingan secara berkala membantu memastikan implementasi yang tepat dan memberikan solusi atas tantangan yang dihadapi di lapangan. Evaluasi dilakukan untuk mengukur dampak dari program ini, termasuk peningkatan pendapatan dan kesejahteraan para peternak dan pelaku UMKM. Dengan demikian, inovasi produk domba kaleng ini diharapkan dapat menjadi

model bisnis yang berkelanjutan dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengalengan adalah proses memasukkan daging ke dalam kemasan kaleng dengan tujuan untuk memperpanjang masa simpan produk. Langkah ini sangat efektif untuk meningkatkan penjualan daging. Proses pengalengan sendiri membutuhkan waktu yang cukup lama untuk memastikan ketahanan produk dalam kemasan tetap optimal. MT Farm telah menjalankan proses pengalengan ini selama lebih dari 5 tahun. Fasilitas pengalengan MT Farm terletak di wilayah Ciampea, Bogor. Pengalengan di MT Farm melibatkan beberapa tahapan, antara lain:

1. Persiapan daging yang akan diolah.
2. Memasak daging hingga bumbu meresap sempurna.
3. Mengisi daging ke dalam kaleng kemasan.
4. Proses pengalengan yang mencakup exhausting, sealing, sterilisasi, dan pendinginan.

Gambar 1. Proses Pengalengan

Mitra Tani Farm (MT Farm), sebuah UMKM yang bergerak di bidang peternakan hewan untuk keperluan kurban, akikah, dan produk turunan dari kulit kambing atau sapi, MT Farm dan Penulis telah melakukan inovasi baru. Mereka kini mengemas daging hewan kurban dan akikah dalam kaleng, dengan harga yang kompetitif serta menjaga kualitas daging tetap baik.

MT Farm mengandalkan produk domba unggulan untuk inovasi ini, menawarkan berbagai varian rasa daging dalam kemasan kaleng. Varian tersebut meliputi rendang domba, gulai domba, tongseng, kari, hingga

tengkleng. Proses pengolahan daging dilakukan menggunakan autoclave, yang memungkinkan produk ini bertahan hingga 3 tahun.

Proses autoclave ini mirip dengan metode sterilisasi menggunakan panci tekanan (presto). Selama kemasan tetap dalam kondisi steril dan tidak mengalami kebocoran, daging dapat bertahan selama bertahun-tahun tanpa perlu disimpan di dalam lemari pendingin. Autoclave sering digunakan untuk mensterilkan peralatan medis. Alat ini bekerja dengan menggunakan tekanan uap panas pada suhu minimal 121 derajat Celsius. Ditemukan oleh Charles Chamberland pada tahun 1879, autoclave efektif untuk membunuh mikroba atau patogen pada permukaan logam.

Gambar 2. Contoh: Bentuk Pakckaging rendang Domba

MT Farm memiliki sekitar 8 pegawai dan mampu memproduksi hingga 168 kaleng per hari. Satu kaleng olahan daging domba ini dijual dengan harga sekitar Rp 50 ribuan (harga pasti ke konsumen).

MT Farm menerapkan prinsip zero waste dalam produksi daging domba kaleng. Artinya, tidak ada bagian dari domba yang terbuang. Daging domba biasanya diolah menjadi rendang, tongseng, dan kari. Sementara itu, kaki domba diolah menjadi tengkleng, iga dibuat menjadi sop, dan jeroan diolah menjadi gulai.

Proses pengalengan daging domba di MT Farm telah berhasil menjadi inovasi yang efektif dalam meningkatkan nilai tambah produk peternakan. Inovasi ini memungkinkan daging domba diolah menjadi produk kaleng yang memiliki masa simpan lebih lama, sehingga dapat didistribusikan secara lebih luas tanpa risiko penurunan kualitas. MT Farm menggunakan teknologi autoclave dalam proses pengalengan, yang memastikan sterilisasi dan kualitas produk terjaga. Produk yang dihasilkan meliputi berbagai varian rasa seperti rendang domba, gulai, tongseng, kari, dan tengkleng. Dengan harga sekitar Rp 50 ribuan per kaleng, produk ini menjadi pilihan yang ekonomis dan praktis bagi konsumen.

MT Farm telah menerapkan prinsip zero waste, di mana seluruh bagian dari domba dimanfaatkan untuk berbagai produk olahan, seperti rendang dari daging, tengkleng dari kaki, sop dari iga, dan gulai dari jeroan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi, tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha. Selain itu, inovasi produk domba kaleng ini telah mampu meningkatkan kapasitas produksi MT Farm hingga 168 kaleng per hari, dengan dukungan 8 pegawai.

Inovasi produk domba kaleng yang dilakukan oleh MT Farm menunjukkan bahwa produk olahan daging domba memiliki potensi besar untuk dikembangkan, terutama dalam upaya meningkatkan ekonomi UMKM di sektor peternakan. Dengan adanya pengalengan, daging domba yang sebelumnya memiliki keterbatasan masa simpan dapat diolah menjadi produk dengan nilai tambah tinggi dan masa simpan yang panjang, hingga 3 tahun, tanpa perlu penyimpanan dingin. Teknologi autoclave yang digunakan dalam proses pengalengan memastikan sterilisasi yang optimal, menjadikan produk ini aman dan tahan lama.

Penerapan prinsip zero waste oleh MT Farm menunjukkan pemanfaatan sumber daya yang efisien dan ramah lingkungan, di mana seluruh bagian domba diolah menjadi produk bernilai ekonomis. Hal ini memberikan manfaat ganda, yaitu meminimalkan limbah dan meningkatkan variasi produk yang dapat ditawarkan ke konsumen. Varian produk seperti rendang, gulai, tongseng, dan tengkleng memberikan pilihan rasa yang beragam bagi konsumen, yang dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar.

Produk domba kaleng memiliki potensi pasar yang besar, baik di pasar lokal maupun internasional, mengingat meningkatnya permintaan konsumen akan produk makanan praktis dan bergizi. Selain itu, inovasi ini dapat mendukung peningkatan ekonomi UMKM melalui diversifikasi produk dan perluasan akses pasar. Namun, keberhasilan inovasi ini memerlukan strategi pemasaran yang efektif, edukasi kepada konsumen, dan kontinuitas dalam menjaga kualitas produk. Dengan demikian, inovasi produk domba kaleng ini dapat menjadi model yang berkelanjutan bagi UMKM lain di sektor peternakan untuk meningkatkan nilai tambah produk dan kesejahteraan ekonomi mereka.

Tabel 1. Hasil Penjualan Inovasi Pengalengan Daging Domba Kaleng MT Farm Periode Januari -April 2024

Bulan	Varian Rasa	Hari Kerja	Jumlah Produksi (Kaleng)	Penjualan (Kaleng)	Total Pendapatan (Rp)
Januari	Rendang Domba	26	4.368	3.500	175.000.000
	Gulai Domba	26	4.368	2.800	140.000.000
	Tongseng Domba	26	4.368	2.000	100.000.000

Februari	Rendang Domba	24	4.032	3.800	190.000.000
	Gulai Domba	24	4.032	3.000	150.000.000
	Tongseng Domba	24	4.032	2.200	110.000.000
Maret	Rendang Domba	27	4.536	4.000	200.000.000
	Gulai Domba	27	4.536	3.200	160.000.000
	Tongseng Domba	27	4.536	2.500	125.000.000
April	Rendang Domba	26	4.368	5.000	250.000.000
	Gulai Domba	26	4.368	4.000	200.000.000
	Tongseng Domba	26	4.368	3.000	150.000.000

Dengan kapasitas produksi 168 kaleng per hari dan 8 pegawai, MT Farm memiliki potensi besar untuk meningkatkan pendapatan melalui penjualan produk domba kaleng. Penjualan produk domba kaleng menunjukkan tren positif dari bulan ke bulan, dengan peningkatan pada bulan-bulan tertentu seperti Idul Adha dan Idul Fitri. Varian rasa rendang domba tetap menjadi yang paling diminati konsumen, diikuti oleh gulai domba dan tongseng domba.

KESIMPULAN

Inovasi produk domba kaleng yang dilakukan oleh MT Farm menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan ekonomi UMKM di sektor peternakan. Dengan mengolah daging domba menjadi produk kalengan, MT Farm berhasil memperpanjang masa simpan daging, meningkatkan nilai tambah, dan memperluas distribusi produk hingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Teknologi autoclave yang digunakan dalam proses pengalengan memastikan produk tetap steril, aman, dan berkualitas tinggi, dengan masa simpan hingga 3 tahun tanpa memerlukan penyimpanan dingin

Penerapan prinsip zero waste dalam produksi juga menunjukkan komitmen MT Farm terhadap efisiensi dan keberlanjutan, di mana seluruh bagian dari domba dimanfaatkan secara optimal. Varian produk yang beragam, seperti rendang, gulai, tongseng, dan tengkleng, memberikan nilai tambah bagi konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasar.

Inovasi ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM dengan meningkatkan pendapatan dan menciptakan lapangan kerja, tetapi juga berpotensi memenuhi kebutuhan konsumen akan produk makanan praktis dan bergizi. Untuk keberlanjutan dan pengembangan lebih lanjut, diperlukan strategi pemasaran yang efektif, edukasi konsumen, dan pengembangan teknologi produksi. Dengan demikian, inovasi produk domba kaleng dapat menjadi model yang berhasil bagi UMKM lain di sektor

peternakan dalam upaya meningkatkan nilai tambah produk dan kesejahteraan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Kementerian Perindustrian. (2023). *Data dan Informasi Sektor Peternakan*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.

Supriyadi, et al. (2021). *Analisis Dampak Inovasi Produk Kalengan terhadap Pendapatan UMKM di Sektor Peternakan*. Jurnal Ilmu Peternakan Indonesia, 25(2), 123-135.

Food and Agriculture Organization. (2020). *The global canned food market: Trends and prospects*. Rome: FAO.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.

Porter, M. E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. New York: Free Press.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons.

Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan. (2021). Data Populasi Ternak Domba di Indonesia. Jakarta: Kementerian Pertanian.

Badan Standardisasi Nasional. (2016). SNI 3844:2016 Daging domba kaleng. Jakarta: BSN.