

Pemberdayaan Masyarakat Dalam Diversifikasi Olahan Produk Ayam Potong Di Desa Pematang Gajah Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi

Dessy Elliyana¹, Dwi Kurniawan,² Try Syeftiani,³ Muhammad Haris Saputra⁴, Kurnia Permana⁵

Manajemen Pemrintaha, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Mendalo Indah, Indonesia

E-mail: dessyelliyana0587@unja.ac.id¹, dwi.kurniawan13@unja.ac.id,
trysyeftiani@unja.ac.id³, mharissaputra@unja.ac.id⁴, kurnia.permana@unja.ac.id⁵

* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4134>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 43 Nov 2025

Revised: 05 Dec 2025

Accepted: 25 Dec 2025

Kata Kunci:

UMKM ayam potong, PAR, pemberdayaan masyarakat, diversifikasi produk; Broiler chicken MSMEs, Participatory Action Research (PAR), community empowerment, product diversification

Keywords:

Broiler chicken MSMEs, Participatory Action Research (PAR), community empowerment, product diversification



ABSTRACT

UMKM merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari separuh PDB nasional dan menyerap sebagian besar tenaga kerja. Namun, banyak UMKM di daerah masih beroperasi pada rantai nilai rendah yang ditandai oleh keterbatasan inovasi, minimnya pengelolaan usaha, dan rendahnya literasi digital. Permasalahan serupa ditemukan pada kelompok UMKM penjual ayam potong di Desa Pematang Gajah, Kabupaten Muaro Jambi, yang hanya menjual ayam dalam bentuk mentah tanpa diversifikasi produk dan belum menerapkan manajemen usaha yang memadai. Program pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) untuk mengidentifikasi kebutuhan, meningkatkan kapasitas pelaku usaha, serta merumuskan tindakan perbaikan berbasis partisipasi. Kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan, pelatihan sanitasi dan good handling practices, penguatan manajemen keuangan dasar, serta pengenalan potensi diversifikasi produk unggas. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelaku usaha berada dalam kondisi low-value chain trap, namun pendekatan PAR mampu memfasilitasi transformative learning melalui refleksi kritis, peningkatan kesadaran usaha, dan penyusunan rencana aksi sederhana seperti pencatatan keuangan, peningkatan sanitasi, dan uji coba produk olahan. Program ini menegaskan bahwa intervensi partisipatif dapat menjadi strategi efektif untuk memperkuat UMKM lokal secara berkelanjutan, sekaligus meningkatkan nilai tambah dan daya saing ekonomi masyarakat

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) constitute one of the main pillars of Indonesia's economy, contributing more than half of national GDP and absorbing the majority of the labor force. However, many MSMEs in rural areas still operate in low segments of the value chain, characterized by limited innovation, weak business management, and low levels of digital literacy. Similar conditions are found among MSME broiler traders in Pematang Gajah Village, Muaro Jambi Regency, who only sell raw chicken without product diversification and have not yet implemented adequate business management practices. This community engagement program employed a Participatory Action Research (PAR) approach to identify needs, enhance entrepreneurial capacity, and formulate improvement actions based on stakeholder participation. The activities were carried out through field observations, training on sanitation and good handling practices, strengthening basic financial management, and introducing the potential for poultry product diversification. The results show that these entrepreneurs are trapped in a low-value chain, yet the PAR approach was able to facilitate transformative learning through critical reflection, increased business awareness, and the formulation of simple action plans such as financial record-keeping, improved sanitation, and trial production of processed products. This program affirms that participatory interventions can serve as an effective strategy to strengthen local MSMEs in a sustainable manner, while simultaneously increasing value added and the economic competitiveness of local communities.



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

How to Cite: Dessy Elliyana et al (2025) Pemberdayaan Masyarakat Dalam Disversifikasi Olahan Produk Ayam Potong Di Desa Pematang Gajah Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi
. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4134>

PENDAHULUAN

Pergerakan ekonomi masyarakat Indonesia secara historis menunjukkan bahwa sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan utama penopang perekonomian nasional. Setidaknya UMKM menyumbang sekitar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional atau setara dengan Rp9.580 triliun, serta menyerap 97% dari total tenaga kerja di Indonesia (Kholifah & Andini, 2024). Pada masa pandemi COVID-19, ketika sektor formal mengalami tekanan berat, UMKM justru menunjukkan ketahanan yang relatif tinggi. UMKM mampu pulih lebih cepat dan beradaptasi melalui inovasi lokal, fleksibilitas, serta efisiensi biaya operasional (Yunianto, 2024). Ketangguhan struktural membuat UMKM menjadi stabilisator ekonomi pada masa krisis, sebagaimana juga ditekankan oleh Tambunan bahwa UMKM memiliki karakter resilien, adaptif, dan mampu bertahan pada tekanan ekonomi (Tambunan, 2021). Hal ini menegaskan bahwa UMKM bukan sekadar sektor tambahan atau informal, tetapi merupakan aset strategis nasional yang perlu dijaga, diperkuat, dan dikembangkan secara berkelanjutan. Penguatan UMKM pada tingkat lokal merupakan langkah krusial untuk mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis komunitas, meningkatkan kemandirian masyarakat, sekaligus memperluas kesempatan kerja.

Namun demikian, UMKM di banyak daerah masih menghadapi keterbatasan mendasar terkait inovasi, manajemen usaha, keterhubungan pasar, dan kemampuan menghasilkan nilai tambah (value added). Sebagian besar UMKM pangan di Indonesia masih beroperasi pada rantai nilai tingkat rendah (low-value chain), bergantung pada produk mentah dan sangat rentan terhadap fluktuasi harga input (Hutagalung et al., 2022).

Dinamika tersebut, serupa ditemukan di Desa Pematang Gajah, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi, yang memiliki kelompok UMKM penjual ayam potong. Sebagian besar pelaku menjalankan usaha ini secara mandiri dengan skala kecil hingga menengah. Meskipun usaha ini turut menopang ekonomi keluarga, pola pengelolaan yang masih tradisional, minimnya inovasi, dan tidak adanya diversifikasi produk menyebabkan usaha sulit berkembang. Hasil observasi dan diskusi awal menunjukkan bahwa seluruh pelaku usaha hanya menjual ayam dalam bentuk potongan daging mentah tanpa adanya produk olahan bernilai tambah. Selain itu, tantangan manajerial seperti pencatatan keuangan sederhana, akses modal terbatas, serta rendahnya literasi digital turut menghambat (Ramadhan & Yuliana, 2022).

Dari kondisi tersebut, program pengabdian masyarakat berbasis *Participatory Action Research* (PAR) dipilih untuk menstimulasi perubahan berbasis kebutuhan nyata. PAR banyak digunakan dalam penguatan UMKM karena mampu menciptakan ruang refleksi kritis, pembelajaran kolektif, dan tindakan transformatif yang dilakukan bersama masyarakat. Pendekatan ini relevan untuk mendorong UMKM ayam potong keluar dari perangkap rantai nilai rendah melalui peningkatan kapasitas, sanitasi produksi, manajemen usaha, dan diversifikasi produk. Melalui pendekatan ini, diharapkan muncul kesadaran baru, peningkatan kapasitas, serta solusi yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan konteks sosial-ekonomi masyarakat lokal, sehingga penguatan UMKM dapat berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan dilaksanakan pada 22 Oktober 2025 di Desa Pematang Gajah menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)*. PAR dipilih karena efektif untuk mendorong perubahan perilaku dan peningkatan kapasitas berbasis partisipasi warga. PAR memungkinkan masyarakat menjadi subjek perubahan dan bukan sekadar penerima intervensi (Reason & Bradbury, 2018). Dokumentasi kegiatan sosialisasi dan pembukaan program ditunjukkan pada gambar 1.

Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi bersama pelaku UMKM ayam potong di Desa Pematang Gajah



Tahapan pelaksanaan dilakukan dalam 3 (tiga) fase inti sebagaimana kerangka PAR (Kemmis et al., 2014).

1. Identifikasi dan Analisis Kebutuhan: Tahap ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara informal, dan diskusi kelompok terarah. Proses ini bertujuan menggali pola usaha, hambatan teknis dan manajerial, serta peluang pengembangan nilai tambah. Teknik observasi partisipatif digunakan untuk memahami proses, pola penjualan, dan standar yang diterapkan pelaku usaha.
2. Penguatan Kapasitas melalui penyampaian materi: Materi pelatihan dirancang berdasarkan temuan di lapangan, meliputi: Sanitasi dan standar *good handling practices*, manajemen usaha dan pencatatan keuangan dasar, Pengenalan diversifikasi produk (nugget, bakso, sosis, abon ayam) dan peluang pasar dan pemasaran digital. Model pembelajaran menggunakan pemaparan dan diskusi aplikatif.
3. Diskusi Reflektif dan Perencanaan Tindakan: Tahapan ini merupakan wadah evaluasi bersama. Pelaku usaha merefleksikan posisi mereka dalam rantai nilai, mengidentifikasi



aset yang dimiliki, kebutuhan yang harus dikembangkan, serta merumuskan rencana aksi jangka pendek yang realistis.

Gambar 2. Sesi Penyampaian Materi kepada Pelaku UMKM ayam potong di Desa Pematang Gajah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil identifikasi lapangan menunjukkan bahwa UMKM ayam potong di Desa Pematang Gajah masih beroperasi pada tahap paling dasar dalam rantai nilai usaha unggas, sebagai berikut :

No	Aspek	Temuan Lapangan	Implikasi
1	Profil Usaha & Skala	Penjualan ayam potong skala kecil, 10–25 ekor per hari	Pendapatan fluktuatif bergantung hasil penjualan harian dan harga beli pemasok
2	Pola Pemasaran	100% menjual daging ayam mentah (fresh cut) tanpa bentuk olahan	Ketergantungan tinggi pada fluktuasi harga ayam hidup dan margin yang sangat tipis
3	Fasilitas & Sarana Produksi	Tempat pemotongan sederhana; sanitasi terbatas	Risiko kontaminasi; keterbatasan menyimpan stok; bergantung pada penjualan cepat (same-day selling)
4	SDM & Manajemen	Semua kegiatan dilakukan sendiri; pencatatan transaksi sederhana dan tidak konsisten	Sulit menghitung HPP, margin riil, cash flow, dan potensi pengembangan usaha
5	Hambatan utama	Harga beli ayam hidup dan harga jual tidak stabil; pasokan sering berubah	Risiko kerugian meningkat; posisi tawar rendah terhadap pemasok
6	Akses Permodalan	Usaha tidak memiliki legalitas; tidak berbentuk kelompok atau badan hukum; tidak ada pembukuan formal.	Tidak dapat mengakses kredit KUR, hibah; pertumbuhan usaha terhambat.
7	Pengemasan dan Branding	Tidak ada pengemasan standar; ayam dijual langsung tanpa label, tanpa sertifikasi halal, dan tanpa standar higienitas	Tidak dapat bersaing di pasar modern atau online ; citra higienitas rendah
8	Informasi Pasar	Tidak ada akses terhadap data harga real-time; keputusan menjual berdasarkan info informal dari pengepul.	Rentan mendapat harga yang tidak transparan; tidak dapat merencanakan margin
9	Literasi Digital & Pemasaran Online	Pemanfaatan media sosial atau marketplace sangat rendah; belum ada akun usaha.	Tidak dapat menjangkau konsumen urban, katering ; peluang pasar baru tertutup.
10	Pengetahuan Diversifikasi Produk	Belum mengenal potensi olahan bernilai tambah seperti Nugget, Bakso, Sosis atau Abon ayam.	Potensi peningkatan pendapatan tidak termanfaatkan; pasar yang lebih stabil tidak dijangkau.

Dari perspektif rantai nilai, temuan ini menunjukkan adanya *low-value chain trap*, yaitu kondisi ketika pelaku usaha hanya beroperasi pada tahap paling bawah rantai nilai yang memberi margin rendah tetapi membutuhkan tenaga tinggi. Konsep ini sejalan dengan analisis Kaplinsky & Morris (2016) (Kaplinsky & Morris, 2016)mengenai segmentasi rantai nilai pangan di negara berkembang, hal ini di tandai oleh :

1. Tidak ada proses pengolahan sekunder (secondary processing)
2. Usaha masih bersifat survival-based dan/atau bergantung pada perubahan harga harian
3. Tidak ada packaging, labelling, atau standar higienitas, tidak ada diversifikasi produk (misalnya Nugget, Bakso, Sosis atau Abon ayam.)

Mengacu pada kerangka *Participatory Action Research* (PAR), temuan empiris tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk merancang proses penguatan kapasitas yang bersifat partisipatif dan transformatif. Materi pelatihan tidak disampaikan secara normatif, tetapi diformulasikan untuk menjawab langsung persoalan yang ditemukan di lapangan. Misalnya, ketiadaan pembukuan

diterjemahkan menjadi sesi praktik menghitung harga pokok produksi dan margin harian; masalah sanitasi dijawab dengan pelatihan *good handling practices*; dan minimnya diversifikasi produk ditindaklanjuti dengan pengenalan pengolahan sederhana seperti nugget, bakso, sosis, atau abon ayam yang dapat diproduksi dengan peralatan dasar.

Sesi refleksi yang merupakan inti dari metode PAR dilakukan untuk membantu pelaku usaha memahami secara kritis posisi mereka dalam rantai nilai. Peserta diajak menganalisis gap pengembangan usaha, menilai kapasitas yang telah dimiliki, serta mengidentifikasi kebutuhan peningkatan kapasitas secara realistis. Proses refleksi ini menghasilkan rencana aksi awal yang disusun sendiri oleh pelaku, antara lain:

- 1) mulai melakukan pencatatan keuangan harian,
- 2) investasi sederhana pada peralatan sanitasi seperti talenan khusus dan wadah stainless,
- 3) mencoba satu jenis produk olahan bernilai tambah sebagai fase uji coba.



Gambar 3. Diskusi Reflektif bersama pelaku UMKM ayam potong di Desa Pematang Gajah

Dengan demikian, hasil pembahasan ini menunjukkan bahwa pendekatan PAR tidak hanya relevan dalam mengidentifikasi persoalan UMKM unggas skala mikro, tetapi juga efektif dalam membuka ruang transformasi yang feasible dan berbasis kebutuhan nyata. Intervensi yang dirancang melalui proses partisipatif mampu menghubungkan temuan empiris dengan tindakan perbaikan yang dapat dilakukan secara bertahap oleh pelaku usaha sebagai subjek utama perubahan. Hal ini memperkuat argumen bahwa PAR tidak hanya membantu mengidentifikasi masalah, tetapi juga mendorong terjadinya *transformative learning* pada pelaku usaha (Mezirow, 2018). Dengan demikian, proses pengabdian tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi pada perubahan pola pikir dan tindakan nyata di lapangan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan intervensi PAR, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelaku UMKM penjual ayam potong di Desa Pematang Gajah saat ini berada pada tahap dasar rantai nilai, yakni menjual daging ayam mentah saja, tanpa pengolahan nilai tambah, tanpa packaging, tanpa diversifikasi produk, serta tanpa manajemen keuangan formal. Kondisi ini mencerminkan *low-value chain trap* yang membuat usaha rentan terhadap fluktuasi harga dan margin sempit.
2. Intervensi yang dirancang secara partisipatif melalui PAR, termasuk pelatihan higienitas pangan, pencatatan keuangan sederhana, dan perencanaan diversifikasi produk. Hal ini membuka potensi nyata bagi pelaku usaha untuk mengembangkan usaha ke tahap *value-added*. Meskipun belum semua rencana langsung diimplementasikan, komitmen awal untuk melakukan

- perubahan menunjukkan bahwa PAR dapat memfasilitasi transformasi mindset dan praktek usaha.
3. Untuk mencapai peningkatan nilai tambah secara signifikan, diperlukan dukungan lanjutan: akses ke fasilitas produksi (peralatan pengolahan, kemasan, pendingin), akses modal (kredit mikro / hibah / kemitraan), pelatihan kesinambungan, serta fasilitasi akses pasar (termasuk pasar modern atau online).
 4. Secara lebih luas, penelitian ini memperkuat argumen bahwa UMKM tidak hanya cocok sebagai sektor pelengkap, melainkan aset strategis nasional. Pemberdayaan UMKM melalui pendekatan kontekstual dan partisipatif (seperti PAR) dapat memperkuat ekonomi lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan membantu pembangunan yang lebih inklusif serta berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini yang pertama adalah Universitas Jambi yang memberikan pendanaan melalui skema PKM pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, serta pihak Pemerintah Desa Pematang Gajah dan Pelaku UMKM Ayam Potong di Kawasan Desa Pematang Gajah.

REFERENSI

- Hutagalung, R., Sihombing, L., & Yusuf, M. (2022). Analisis rantai nilai UMKM pangan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(3), 201–213.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2016). *Value Chain Analysis: Theory and Applications*. Routledge.
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The Action Research Planner*. Springer.
- Kholifah, & Andini. (2024). Peran UMKM terhadap perekonomian di Indonesia. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 459–466.
- Mezirow, J. (2018). Transformative learning and social change. *Adult Education Quarterly*, 68(4), 239–256.
- Ramadhan, D., & Yuliana, R. (2022). Literasi digital UMKM pangan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 33–47.
- Reason, P., & Bradbury, H. (2018). *Handbook of Action Research*. Sage Publications.
- Tambunan, T. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, tantangan, dan kendala*. Prenada.
- Yunianto. (2024). *UMKM sebagai penopang target pertumbuhan Prabowonomics*.
<https://www.antaraneews.com/berita/4443373/umkm-sebagai-penopang-target-pertumbuhan-prabowonomics>