

Penguatan Usaha Telur Berkelanjutan Melalui Pendampingan Terintegrasi

I Kadek Budi Sandika^{1*}, I Kadek Agus Bisena², I Kadek Astitiya³, I Gede Eka Dharsika⁴

^{1*,2,3,4}Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia, Denpasar, Indonesia

ikbsandika@instiki.ac.id

INFO ARTIKEL

Submitted: 10 Juni 2026
Accepted: 21 Juli 2026
Published: 24 Juli 2026

Kata Kunci:

Usaha Telur; Promosi
Digital; Pasca Panen;
Manajemen Bisnis

ABSTRAK

Studi pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat keberlanjutan usaha telur milik desa melalui intervensi terintegrasi yang mencakup pemasaran, penanganan pascapanen, dan manajemen usaha. Mitra kegiatan adalah unit ketahanan pangan BUMDesa Catu Kwero Sedana Pecatu yang telah memulai produksi telur secara rutin, namun masih menghadapi keterbatasan akses pasar, lemahnya identitas produk, penyimpanan yang belum tertata, serta catatan operasional yang belum lengkap. Metode pendampingan partisipatif diterapkan dalam lima tahap: identifikasi kebutuhan, intervensi pemasaran, perbaikan pascapanen dan gudang, pengembangan pencatatan usaha sederhana, serta evaluasi. Program ini menghasilkan identitas visual Ulu Farm yang konsisten, kemasan telur berlabel, spanduk luar ruang, media promosi kendaraan, zonasi gudang fungsional menggunakan palet, serta format pencatatan stok dan penjualan yang sederhana. Intervensi ini meningkatkan visibilitas dan keterlacakan produk, mengurangi penyimpanan langsung di lantai, memperjelas alur pascapanen, serta meletakkan fondasi bagi evaluasi usaha berbasis data. Kontribusi utama dari kegiatan ini adalah model pendampingan terintegrasi yang menghubungkan kualitas produk, komunikasi pasar, dan catatan operasional sebagai komponen yang saling menguatkan dalam keberlanjutan usaha desa. Pembagian peran yang berkelanjutan, evaluasi rutin, serta pengembangan pasar institusional diperlukan untuk mengonsolidasikan hasil yang telah dicapai.

PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) memiliki posisi strategis dalam mengubah potensi lokal menjadi kegiatan ekonomi yang memberikan manfaat langsung bagi masyarakat. Tantangan utamanya bukan hanya memulai produksi, tetapi memastikan bahwa produk dapat dipertahankan mutunya, dikenali pasar, didistribusikan secara konsisten, serta dikelola berdasarkan informasi usaha yang memadai. Pada usaha pangan desa, ketidakseimbangan antara kapasitas produksi dan kesiapan fungsi hilir dapat menyebabkan stok menumpuk, nilai tambah rendah, dan arus pendapatan tidak stabil.

BUMDesa Catu Kwero Sedana Pecatu telah beroperasi sejak 2017 dan mengembangkan unit ketahanan pangan pada akhir 2025. Unit tersebut berhasil memulai produksi telur ayam secara rutin dengan merek Ulu Farm. Observasi awal menunjukkan bahwa persoalan prioritas tidak berada pada kemampuan produksi dasar, melainkan pada keterbatasan jaringan



pemasaran, belum kuatnya identitas produk, belum tertatanya gudang dan alur pascapanen, serta belum konsistennya pencatatan produksi, stok, dan penjualan.

Kajian terdahulu menegaskan bahwa adopsi pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar peternak kecil, tetapi penerapannya dipengaruhi oleh literasi digital dan kapasitas manajerial (Winarto et al., 2025). Media berbiaya rendah seperti WhatsApp Business mendukung katalog, komunikasi, dan pengelolaan pesanan sederhana (Asmayanti et al., 2022; Rachtanapun et al., 2021). Pada sisi operasional, mutu telur sangat dipengaruhi oleh suhu, durasi penyimpanan, kebersihan, serta praktik penanganan (WHO & ECEH, 2000; Rizky et al., 2021; Mabusela, 2025). Penataan gudang dengan prinsip 5S dan aliran kerja yang sistematis dapat mengurangi pemborosan dan risiko kerusakan, sedangkan pencatatan usaha diperlukan agar keputusan produksi dan pemasaran didasarkan pada data transaksi dan persediaan (Febri & Susilawati, 2022; Resti et al., 2024; Wulandari et al., 2023; Aira, 2023).

Sebagian besar program pendampingan usaha kecil cenderung menangani pemasaran, produksi, atau administrasi secara terpisah. Kesenjangan tersebut penting karena keberlanjutan usaha telur merupakan hasil hubungan simultan antara kualitas pascapanen, kemampuan komunikasi pasar, dan disiplin pencatatan. Artikel ini menawarkan model pendampingan terintegrasi yang menempatkan ketiga komponen tersebut sebagai satu sistem penguatan usaha.

Kegiatan bertujuan meningkatkan kesiapan BUMDesa dalam mengelola usaha telur secara lebih profesional melalui pengembangan identitas dan media promosi, penataan gudang dan alur pascapanen, serta penerapan pencatatan usaha sederhana. Artikel ini mendeskripsikan proses pelaksanaan, keluaran yang dihasilkan, perubahan operasional yang teramati, serta implikasinya bagi keberlanjutan usaha pangan desa.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan menggunakan pendekatan pendampingan partisipatif. Mitra ditempatkan sebagai pelaku utama yang menentukan kebutuhan, menilai kesesuaian solusi, dan menerapkan hasil pendampingan, sedangkan tim pengabdian berperan sebagai fasilitator desain, penguatan kapasitas, dan evaluasi. Pelaksanaan dilakukan pada Februari–Juli 2026 di unit ketahanan pangan BUMDesa Catu Kwero Sedana Pecatu, Desa Pecatu, Kabupaten Badung, Bali.



Diagram Alir Tahapan Pengabdian Masyarakat

Penguatan Usaha Ekonomi Produktif Unit Produksi Telur



Gambar 1. Tahapan pendampingan masyarakat terintegrasi
[Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, 2026]

Tahapan pertama adalah identifikasi dan perencanaan yang mencakup observasi lapangan, diskusi dengan mitra, dan pemetaan masalah pemasaran, pascapanen, serta manajemen. Tahapan kedua meliputi solusi pemasaran melalui penetapan pesan produk, desain identitas, dan pengembangan media promosi. Tahapan ketiga berfokus pada penataan gudang, penyusunan alur sortasi dan penyimpanan, serta penerapan praktik penanganan telur. Tahapan keempat mengembangkan format pencatatan produksi, stok, penjualan, dan biaya sederhana. Tahapan kelima melakukan evaluasi capaian dan penguatan mekanisme keberlanjutan.

Tabel 1. Permasalahan, intervensi, dan keluaran yang diharapkan

No.	Masalah Prioritas	Intervensi	Luaran
1	Jangkauan pasar terbatas dan identitas produk belum kuat	Pendampingan strategi pemasaran dan pengembangan media promosi fisik/digital yang konsisten	Label Ulu Farm, spanduk toko, stiker kendaraan, dan pesan promosi
2	Penyimpanan dan alur pascapanen belum tertata	Zonasi fungsional, penggunaan palet, serta panduan sortasi dan FIFO	Penataan penyimpanan yang lebih bersih dan pergerakan telur masuk serta siap jual yang lebih jelas
3	Catatan produksi, stok, dan penjualan belum lengkap	Format pencatatan sederhana dan rutinitas evaluasi berkala	Instrumen pencatatan produksi, persediaan, penjualan, dan biaya operasional

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan dilakukan di Gedung Pusat Layanan Autis Kota Denpasar yang beralamat di Jalan Mataram No. 3, Denpasar Utara. Untuk memastikan tercapainya tujuan dari kegiatan PKM ini, kegiatan pelatihan dirancang selama 2 bulan atau 4 kali pertemuan namun pelaksanaannya dilakukan 2 minggu sekali. Setiap 1 kali sesi kegiatan berlangsung selama 60-100 menit pada setiap pertemuannya dengan mempertimbangkan kemampuan konsentrasi peserta untuk fokus dalam berkegiatan. Pelatihan dilakukan melalui beberapa tahapan mulai dari pembekalan dan pendampingan materi dasar dari Canva dan proses mendesain baju hingga mempersiapkan desain promosinya. Kegiatan ini diikuti oleh 6 peserta disabilitas dari kecamatan di Denpasar. Adapun kegiatan yang terlaksana adalah sebagai berikut;

Identitas Produk dan Media Promosi

Intervensi pemasaran dimulai dengan membangun identitas Ulu Farm sebagai produk telur dari unit ketahanan pangan BUMDesa. Sebelum kegiatan, telur dipasarkan tanpa identitas

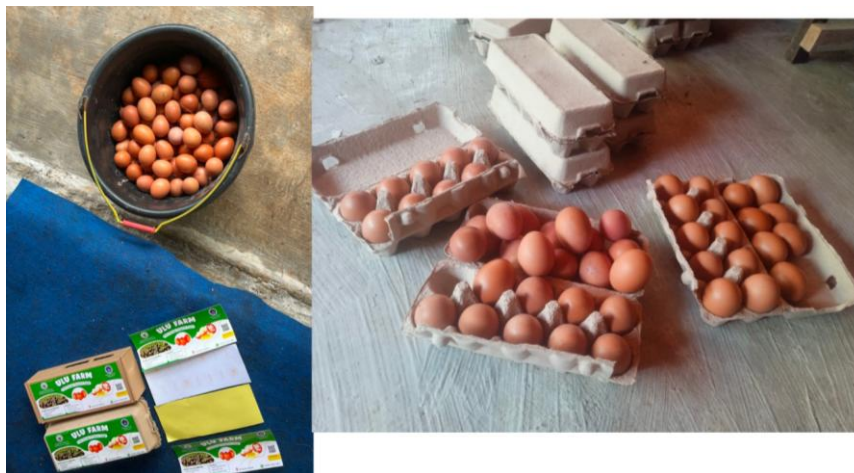


kemasan yang konsisten sehingga sulit dibedakan dari produk sejenis. Label baru memuat nama Ulu Farm, identitas BUMDesa, karakter produk, jumlah telur, visual ayam dan telur, serta ruang untuk informasi kontak. Identitas yang melekat pada kemasan meningkatkan kemampuan konsumen untuk mengenali asal produk dan mengingat merek pada pembelian berikutnya.

Kemasan berlabel juga mengubah fungsi kotak telur dari sekadar wadah menjadi media komunikasi. Informasi yang konsisten membantu pengecer dan konsumen memahami produk meskipun telur telah berpindah dari lokasi produksi. Dalam pengembangan berikutnya, label dapat ditambahkan tanggal produksi atau pengemasan, kode produksi, batas konsumsi terbaik, nomor pemesanan, dan kode QR. Penambahan tersebut perlu mengikuti hasil sertifikasi dan menghindari klaim yang belum didukung bukti.

Spanduk toko dikembangkan sebagai media luar ruang untuk memperjelas lokasi penjualan dan memperkuat legitimasi kelembagaan. Identitas BUMDesa, merek Ulu Farm, gambar produk, dan nomor kontak disusun agar dapat dipahami dalam waktu singkat oleh masyarakat yang melintas. Strategi ini relevan bagi pasar lokal karena titik penjualan fisik masih menjadi saluran utama untuk membangun kepercayaan awal.

Stiker kendaraan mengubah kendaraan distribusi menjadi media promosi bergerak. Konsistensi warna, logo, dan pesan antara label, spanduk, dan stiker menciptakan pengulangan identitas di berbagai titik kontak. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip komunikasi pemasaran terpadu, yaitu menyampaikan asosiasi merek yang sama melalui beberapa media. Bagi usaha desa dengan anggaran promosi terbatas, pemanfaatan aset operasional sebagai media merupakan pilihan yang efisien.



Gambar 2. Penerapan kemasan telur berlabel
[Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, 2026]



Gambar 3. Desain spanduk toko Ulu Farm
[Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, 2026]



Gambar 4. Stiker promosi yang dipasang pada kendaraan operasional
[Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, 2026]

Hasil tersebut memperkuat temuan bahwa media digital dan visual sederhana dapat membantu usaha kecil memperluas komunikasi dengan pasar (Winarto et al., 2025; Asmayanti et al., 2022; Bruce et al., 2022; Yan & Liu, 2022; Zhu et al., 2022). peningkatan visibilitas belum otomatis menghasilkan penjualan berkelanjutan. Media promosi harus dihubungkan dengan petugas respons pesanan, daftar harga, ketersediaan stok, jadwal distribusi, dan basis data pelanggan. Dengan demikian, kontribusi utama intervensi bukan sekadar menghasilkan desain, tetapi membentuk titik awal sistem pemasaran yang dapat dioperasikan oleh mitra.

Peningkatan Manajemen Gudang dan Pascapanen

Penataan gudang dilakukan dengan memanfaatkan palet sebagai alas dan mengelompokkan kemasan secara lebih teratur. Perubahan ini mengurangi praktik peletakan telur langsung di lantai yang berisiko meningkatkan paparan kelembapan, debu, dan kotoran. Jarak antara produk dan lantai juga memudahkan pembersihan serta pemeriksaan kondisi kemasan.



Penataan vertikal meningkatkan pemanfaatan ruang, tetapi tinggi tumpukan harus dibatasi agar kemasan bagian bawah tidak menerima beban berlebih. Jalur petugas perlu dipertahankan untuk kegiatan penerimaan, pemeriksaan, pengambilan, dan pembersihan. Pendampingan merekomendasikan pembagian zona menjadi area telur baru, area sortasi, area siap jual, area telur bermasalah, area kemasan kosong, dan area alat kebersihan.

Perubahan fisik diintegrasikan dengan prinsip first in, first out. Setiap kelompok telur perlu diberi identitas tanggal masuk, jumlah, dan status agar telur yang lebih dahulu diproduksi diprioritaskan untuk dijual. Sistem tersebut penting karena kualitas telur berubah selama penyimpanan dan dipengaruhi oleh waktu serta kondisi lingkungan (WHO & ECEH, 2000; Rachtanapun et al., 2021; Drabik et al., 2021; Yuan et al., 2022; Wang, 2023). gudang perlu dipahami sebagai pusat pengendalian mutu dan persediaan, bukan hanya tempat penumpukan produk.



Gambar 5. Penataan penyimpanan telur dengan menggunakan palet
[Sumber: Dokumentasi kegiatan PKM, 2026]

Implementasi ini konsisten dengan prinsip 5S yang menekankan pemilahan, penataan, kebersihan, standardisasi, dan pembiasaan (Resti et al., 2024; Wulandari et al., 2023; Aira, 2023; Borrero & Mariscal, 2022). Meski demikian, dokumentasi menunjukkan bahwa standardisasi visual masih perlu diperkuat melalui label zona, kartu stok per kelompok, batas aman tumpukan, dan jadwal inspeksi. Perbaikan sederhana tersebut akan meningkatkan keterlacakan dan membantu pengelola mendeteksi telur rusak atau stok lambat bergerak lebih cepat.

Manajemen Bisnis Sederhana dan Keberlanjutan Terpadu

Pencatatan sederhana dirancang untuk menghubungkan informasi produksi dengan stok dan penjualan. Elemen minimal meliputi tanggal produksi, jumlah telur masuk, hasil sortasi, jumlah dikemas, stok siap jual, penjualan, harga, pelanggan, biaya operasional, dan saldo.

Struktur yang sederhana dipilih agar dapat digunakan secara rutin oleh pengelola tanpa kebutuhan perangkat lunak khusus.

Nilai pencatatan terletak pada penggunaannya dalam evaluasi. Data produksi dan penjualan dapat menunjukkan kecepatan perputaran stok, kebutuhan kemasan, pola permintaan, serta selisih antara telur yang diproduksi dan dijual. Literatur menunjukkan bahwa pencatatan dan pemanfaatan data mendukung pengambilan keputusan serta kinerja usaha tani (Resti et al., 2024; Wulandari et al., 2023; Aira, 2023; Borrero & Mariscal, 2022), pengelola perlu menetapkan petugas, jadwal penutupan catatan, dan forum evaluasi berkala.

Model keberlanjutan yang dihasilkan dapat dijelaskan sebagai hubungan tiga komponen. Pascapanen menjaga mutu dan ketersediaan produk; pemasaran mengubah ketersediaan menjadi transaksi; manajemen mencatat transaksi dan menghasilkan informasi untuk perbaikan proses. Ketika salah satu komponen lemah, sistem kehilangan daya penggerak. Gudang yang baik tanpa pasar menghasilkan stok, promosi tanpa mutu memicu ketidakpuasan, sedangkan produksi dan penjualan tanpa catatan menyulitkan evaluasi biaya dan keuntungan.

Tabel 2. Keluaran teramati dan indikator tindak lanjut

Komponen Program	Keluaran Teramati	Indikator Pemantauan yang Direkomendasikan
Promosi	Kemasan berlabel, spanduk toko, dan stiker kendaraan telah dibuat dan diterapkan	Jumlah saluran aktif, pertanyaan pelanggan, pembeli berulang, dan volume penjualan bulanan
pasca panen	Telur ditinggikan dengan menggunakan palet dan dikelompokkan secara lebih sistematis	Tingkat kerusakan, umur stok, kepatuhan terhadap FIFO, dan hasil inspeksi gudang
Manajemen	Struktur pencatatan sederhana dan orientasi evaluasi telah diperkenalkan	Kelengkapan catatan harian, rekonsiliasi bulanan, biaya per unit, dan margin kotor

Capaian program terutama bersifat keluaran awal dan perubahan praktik operasional. Data kuantitatif mengenai peningkatan penjualan, penurunan kerusakan, atau perubahan laba belum tersedia untuk periode yang memadai. Oleh karena itu, klaim efektivitas ekonomi harus diuji melalui pemantauan lanjutan minimal tiga sampai enam bulan. Keterbatasan ini sekaligus menunjukkan agenda evaluasi berikutnya: membandingkan volume penjualan sebelum dan sesudah intervensi, menghitung tingkat kerusakan telur, menilai kelengkapan catatan, serta mengukur kepuasan pelanggan.

Kebaruan praktis program terletak pada integrasi tiga bidang yang sering ditangani secara terpisah. Identitas merek disusun bersamaan dengan kesiapan gudang dan pencatatan sehingga pesan pemasaran memiliki dukungan mutu serta data operasional. Model ini mudah direplikasi pada BUMDesa atau usaha pangan skala kecil lainnya karena menggunakan perangkat sederhana, aset yang tersedia, dan pembiasaan kerja sebagai mekanisme utama.

KESIMPULAN

Pendampingan terintegrasi pada BUMDesa Catu Kwero Sedana Pecatu menghasilkan fondasi penguatan usaha telur melalui identitas Ulu Farm, label kemasan, spanduk, stiker kendaraan, penataan gudang berbasis palet, arahan zonasi dan FIFO, serta format pencatatan usaha sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha tidak dapat dibangun hanya melalui peningkatan produksi. Mutu pascapanen, visibilitas pasar, dan informasi manajerial harus bekerja sebagai satu sistem yang saling menguatkan. Program telah mengubah sejumlah perangkat dan praktik awal, tetapi dampak ekonomi jangka menengah masih memerlukan pengukuran berbasis data. Keberlanjutan disarankan melalui penetapan penanggung jawab setiap fungsi, pemeriksaan gudang berkala, pencatatan harian, evaluasi bulanan, pengembangan pelanggan institusional, serta pemutakhiran informasi label setelah sertifikasi produk diperoleh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Riset, Pengabdian Masyarakat dan Inovasi Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia atas dukungan pendanaan Program INSTIKI Community Service 2026, Pemerintah Desa Pecatu, serta pengelola BUMDesa Catu Kwero Sedana Pecatu yang berpartisipasi dalam seluruh tahapan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aira, A. (2023). The influence of financial record keeping on small-scale farmers' profitability. *IIARD Journal of Agriculture and Food Management*, 9(10), 15–24.
- Asmayanti, A., Syam, A., Sikar, M. A., Mamma, B. B., Sudarmi, S., & Oktaviah, N. (2022). WhatsApp Business application as a digital marketing strategy of UMKM. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 205. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220107.022>
- Borrero, J. D., & Mariscal, J. (2022). A case study of a digital data platform for the agricultural sector: A valuable decision support system for small farmers. *Agriculture*, 12(6), 767. <https://doi.org/10.3390/agriculture12060767>
- Bruce, P., Zainal, M. Z., & Das, S. G. (2022). Factors influencing the use of digital marketing by small and medium-sized enterprises during COVID-19. *Informatics*, 9(4), 86. <https://doi.org/10.3390/informatics9040086>
- Drabik, K., Batkowska, J., Próchniak, T., & Horecka, B. (2021). Citric acid as a factor limiting changes in the quality of table eggs during their storage. *Poultry Science*, 100(4), 100995. <https://doi.org/10.1016/j.psj.2021.01.018>



- Febri, C. A., & Susilawati, A. (2022). Productivity improvement based systematic layout planning and 5S (Case Study: CV. Mutya, Indonesia). *Journal of Ocean Mechanical and Aerospace - Science and Engineering (JOMASE)*, 66(1), 8–13. <https://doi.org/10.36842/jomase.v66i1.267>
- Mabusela, L. (2025). Application of the 5S technique of lean manufacturing to improve operational efficiency. *Procedia Manufacturing*, 68, 456–463.
- Rachtanapun, P., et al. (2021). Effects of storage temperature on the quality of eggs coated by cassava starch blended with carboxymethyl cellulose and paraffin wax. *Poultry Science*, 101(1), Article 101509. <https://doi.org/10.1016/j.psj.2021.101509>
- Resti, Y., et al. (2024). A review of on-farm recording tools for smallholder dairy farming in developing countries. *Tropical Animal Health and Production*, 56(5), 168. <https://doi.org/10.1007/s11250-024-04024-9>
- Rizkya, I., Sari, R. M., Syahputri, K., & Fadhillah, N. (2021). Implementation of 5S methodology in warehouse: A case study. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1122(1), Article 012063. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/1122/1/012063>
- Wang, Y. (2023). Effects of manual washing with three alkaline sterilizing agent solutions on egg quality during storage. *Food Chemistry*, 404.
- WHO, R. D., & ECEH. (2000). *Recommended international code of hygienic practice for egg products—CAC/RCP 15-1976 (amended 1978, 1985)*. Retrieved June 2026, from <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lis-2574>
- Winarto, P. S., Nugroho, E., Tadee, P., & Safira, B. I. (2025). What factors drive digital marketing adoption among smallholder poultry egg farmers in Indonesia? A case study in Blitar Regency, East Java. *Cogent Food & Agriculture*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311932.2025.2582888>
- Wulandari, E., Karyani, T., Ernah, & Alamsyah, R. T. P. (2023). What makes farmers record farm financial transactions? Empirical evidence from potato farmers in Indonesia. *International Journal of Financial Studies*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.3390/ijfs11010019>
- Yan, B., & Liu, T. (2022). Can e-commerce adoption improve agricultural productivity? Evidence from apple growers in China. *Sustainability*, 15(1), 150. <https://doi.org/10.3390/su15010150>
- Yuan, X., et al. (2022). A combined approach using slightly acidic electrolyzed water spraying and chitosan and pectin coating on the quality of the egg cuticle, prevention of bacterial invasion, and extension of shelf life of eggs during storage. *Food Chemistry*, 389, Article 133129. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2022.133129>
- Zhu, M., Shen, C., Tian, Y., Wu, J., & Mu, Y. (2022). Factors affecting smallholder farmers' marketing channel choice in China with multivariate logit model. *Agriculture*, 12(9), 1441. <https://doi.org/10.3390/agriculture12091441>