

Inovasi Produk Tradisional untuk Kemandirian Ekonomi: Studi Kewirausahaan Sinom dan Telur Horn pada Komunitas Lokal

Devy Habibi Muhammad¹, Maharani Kusuma Wardhani², Qoifatul Maulidah³, Susiyati Ningsih⁴, Septia Maimuna⁵

^{1, 2, 4)} Pendidikan Agama Islam, Institut Ahmad Dahlan

^{3, 5)} Program Studi PGMI, Institut Ahmad Dahlan

e-mail: hbbmuch@gmail.com, maharanikusuma.w.29@gmail.com, qoifatulmaulidah@gmail.com, ningsihsusiyati0@gmail.com, septiamaimuna@gmail.com

Abstrak

Desa Tunggak Cerme di Kabupaten Probolinggo memiliki potensi ekonomi lokal melalui produk tradisional sinom dan komoditas telur ayam horn. Namun, keduanya masih dikelola secara sederhana sehingga belum memiliki daya saing di pasar yang lebih luas. Kondisi ini menjadi alasan pentingnya program pengabdian masyarakat yang berfokus pada inovasi produk tradisional dan penguatan manajemen usaha berbasis komunitas. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat melalui pengembangan inovasi sinom, perbaikan manajemen usaha peternakan ayam horn, serta pemanfaatan strategi pemasaran digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, di mana masyarakat dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan mulai dari identifikasi kebutuhan, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi. Tahap pelaksanaan meliputi pelatihan pengolahan sinom dengan standar higienis dan kemasan modern, pendampingan manajemen usaha peternakan ayam horn melalui pencatatan produksi dan penguatan distribusi, serta pelatihan pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan keterampilan masyarakat dalam memproduksi sinom dengan kualitas lebih baik, peternak ayam horn mulai menerapkan pencatatan usaha serta membangun kerja sama kelompok, dan masyarakat berhasil memasarkan produk melalui media digital. Secara keseluruhan, program ini memberikan kontribusi nyata dalam mendorong kemandirian ekonomi desa, serta berpotensi menjadi model kewirausahaan berbasis komunitas yang berkelanjutan.

Kata kunci: Kewirausahaan berbasis komunitas, Inovasi produk, Sinom, Telur horn, Pemasaran digital

Abstract

Tunggak Cerme Village in Probolinggo Regency has local economic potential through traditional products such as sinom and horn chicken eggs. However, both are still managed simply, making them uncompetitive in the wider market. This situation underscores the importance of a community service program focused on traditional product innovation and strengthening community-based business management. The goal of this activity is to increase the community's economic independence through the development of sinom innovations, improved horn chicken farming management, and the use of digital marketing strategies. The method used is a participatory approach, where the community is actively involved in every stage, from needs identification, training, mentoring, and evaluation. The implementation phase includes training on sinom processing with hygienic standards and modern packaging, mentoring on horn chicken farming business management through production recording and strengthening distribution, and digital marketing training utilizing social media. The results of the activity indicate an increase in community skills in producing better-quality sinom, horn chicken farmers have begun implementing business records and building group collaboration, and the community has successfully marketed their products through digital media. Overall, this program has made a significant contribution to promoting village economic independence and has the potential to become a model for sustainable community-based entrepreneurship.

Keywords: Community-based entrepreneurship, Product innovation, Sinom, Horn eggs, Digital marketing

PENDAHULUAN

Kemandirian ekonomi masyarakat lokal menjadi isu penting di tingkat global, terutama di kawasan pedesaan yang menghadapi tantangan serius berupa keterbatasan akses pasar, ketidakmerataan pemanfaatan sumber daya, serta rendahnya pemahaman literasi kewirausahaan. Model *community-based entrepreneurship* dinilai mampu menjadi strategi efektif untuk meningkatkan kapasitas ekonomi komunitas karena berbasis pada potensi lokal sekaligus memperkuat nilai budaya dan sosial yang melekat pada produk tradisional (Aziz & Shohib, 2024). Inovasi yang diterapkan pada produk lokal juga diyakini mampu mendorong tercapainya pembangunan berkelanjutan dengan menciptakan nilai tambah, memperkuat daya saing, serta memperluas peluang masyarakat untuk memasuki pasar modern yang kompetitif (Syahbudi & Ma, 2021). Selain itu, pengembangan model ini tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi, tetapi juga menumbuhkan solidaritas sosial, memperkuat kerja sama antar pelaku usaha, serta melestarikan pengetahuan tradisional yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Menurut Hasibuan et al (2025) dalam penelitiannya bahwa, upaya memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia menjadi kunci agar masyarakat pedesaan mampu berperan lebih aktif dalam rantai nilai global tanpa meninggalkan identitas budaya mereka. Dengan demikian, kewirausahaan berbasis komunitas dapat dipandang sebagai solusi strategis dalam membangun kemandirian sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat pedesaan di tengah dinamika global yang penuh tantangan (Hasibuan et al., 2025).

Indonesia dikenal memiliki keragaman sumber daya alam dan budaya kuliner tradisional yang besar, sehingga produk tradisional dan hasil peternakan berpotensi menjadi komoditas unggulan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi desa. Namun demikian, potensi tersebut belum dioptimalkan karena masih menghadapi kendala terutama pada aspek inovasi, manajemen usaha, serta keterbatasan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran (Lutfiyani et al., 2022). Hal tersebut sejalan dengan penelitian oleh Firdausya (2023) bahwa, sebagian besar pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) masih mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi. Hambatan ini umumnya muncul karena kurangnya pemahaman yang memadai terkait manfaat teknologi digital bagi pengembangan usaha, serta terbatasnya kemampuan finansial untuk mengadopsi solusi berbasis digital (Hasibuan et al., 2025). Situasi ini memperlihatkan perlunya strategi pendampingan yang lebih terarah, melalui pelatihan kewirausahaan, penguatan kapasitas manajerial, serta pemberdayaan masyarakat desa secara berkelanjutan. Dengan demikian, potensi produk lokal dan hasil peternakan dapat lebih diberdayakan sehingga menghasilkan nilai tambah, meningkatkan daya saing, serta memberikan kontribusi signifikan bagi pembangunan ekonomi pedesaan.

Menurut Yuliani (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa, faktor usia dan pengalaman dalam menjalankan usaha turut memengaruhi kesiapan mereka dalam menerima dan menerapkan teknologi secara optimal. Produk minuman herbal sinom misalnya, dikenal sebagai minuman kesehatan yang bernilai budaya sekaligus memiliki peluang pasar yang tinggi, tetapi produksinya masih bersifat tradisional dan kurang memiliki daya tarik komersial. Demikian pula, komoditas telur ayam horn dari peternakan rakyat memiliki permintaan pasar yang luas, tetapi pengelolaan usaha masih bersifat individual dan belum terintegrasi dalam sistem distribusi yang kuat. Perbedaan antara potensi dan realitas di lapangan menjadi tantangan serius. Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa keberhasilan UMKM berbasis komunitas tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada inovasi, pendampingan, serta strategi pemasaran yang adaptif terhadap perubahan zaman (Kaseng, 2025). Namun, integrasi antara inovasi produk tradisional seperti sinom dengan komoditas peternakan masih jarang dikembangkan, sehingga peluang untuk mengembangkan model kewirausahaan yang terpadu belum termanfaatkan secara optimal (Sutanto, 2022).

Hasil observasi di Desa Tungk Cerme, Kecamatan Wonomerto, Kabupaten Probolinggo, menunjukkan bahwa masyarakat telah memiliki tradisi dalam mengolah sinom dan memproduksi telur ayam horn. Akan tetapi, usaha tersebut masih terkendala pada aspek kualitas produksi, pengemasan, manajemen, dan pemasaran. Sinom masih dijual dalam bentuk botol sederhana tanpa inovasi kemasan dan branding yang memadai, sementara telur ayam horn menghadapi persoalan harga jual yang berubah-ubah dan jaringan pemasaran yang terbatas. Minimnya pelatihan

kewirausahaan dan pendampingan usaha semakin memperbesar tantangan yang dihadapi pelaku usaha lokal.

Berdasarkan kondisi tersebut, artikel pengabdian ini berfokus pada penguatan kewirausahaan berbasis komunitas dengan menitikberatkan pada dua produk utama, yakni *sinom* sebagai minuman herbal tradisional dan telur ayam horn sebagai komoditas pangan yang memiliki nilai ekonomi signifikan. Tujuan kegiatan ini adalah menggambarkan proses pengembangan inovasi kewirausahaan berbasis kedua produk tersebut sebagai strategi pemberdayaan masyarakat di Desa Tungk Cerme. Program pengabdian diarahkan pada peningkatan kapasitas produksi, perbaikan kemasan dan identitas merek, serta pemanfaatan strategi pemasaran digital.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif yang menekankan pada keterlibatan aktif masyarakat Desa Tungk Cerme, Kabupaten Probolinggo. Pendekatan tersebut dipilih karena mampu memfasilitasi proses pemberdayaan secara kontekstual, dengan mengedepankan potensi lokal serta pengalaman nyata pelaku usaha. Fokus utama kegiatan adalah penguatan kapasitas kewirausahaan melalui inovasi produk tradisional berupa *sinom* dan telur horn, yang diproyeksikan sebagai komoditas unggulan dalam meningkatkan kemandirian ekonomi komunitas.

Tahapan pelaksanaan meliputi identifikasi masalah, perencanaan bersama, pelatihan, pendampingan, hingga evaluasi (Fitria et al., 2019). Identifikasi dilakukan melalui diskusi kelompok dan wawancara singkat dengan pelaku UMKM, tokoh masyarakat, serta perangkat desa untuk menggali kebutuhan dan hambatan utama dalam pengembangan usaha. Selanjutnya, kegiatan pelatihan berfokus pada peningkatan keterampilan produksi, inovasi pengolahan, manajemen usaha, dan strategi pemasaran berbasis digital. Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan transfer pengetahuan dapat diterapkan langsung oleh masyarakat, baik pada proses produksi maupun pemasaran produk.

Menurut (Sundari & Mahendra, 2025) Partisipasi masyarakat menjadi kunci utama dalam setiap tahap, di mana pelaku usaha, kelompok pemuda, dan ibu rumah tangga dilibatkan secara aktif untuk memperkuat keberlanjutan program. Dokumentasi kegiatan dilakukan melalui catatan lapangan, rekaman aktivitas, serta publikasi lokal yang relevan. Evaluasi dilaksanakan dengan metode triangulasi, yakni membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menilai ketercapaian program (Saifulloh & Safi'i, 2017). Validasi juga diperkuat melalui *member checking*, yaitu konfirmasi hasil capaian kepada peserta kegiatan agar diperoleh data yang akurat, transparan, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik (Basiroen et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap persiapan

Kegiatan awal yang dilakukan pada tahap ini meliputi identifikasi kebutuhan masyarakat, yaitu mengetahui potensi sekaligus kendala yang dihadapi pelaku usaha lokal. Identifikasi dilakukan dengan cara observasi lapangan, diskusi bersama perangkat desa, serta wawancara singkat dengan pengusaha *sinom* dan peternak ayam horn. Dari proses tersebut diperoleh gambaran bahwa masyarakat memerlukan peningkatan keterampilan dalam mengolah *sinom* secara higienis dan menarik, penguatan manajemen usaha peternakan ayam horn, serta dukungan pemasaran digital yang lebih terarah. Penentuan tujuan program kemudian difokuskan pada tiga hal, yaitu: 1) meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memproduksi *sinom* dengan kemasan modern, 2) memperkuat kapasitas peternak dalam manajemen usaha dan distribusi telur horn, serta 3) mengenalkan strategi pemasaran digital sebagai upaya memperluas akses pasar. Setelah tujuan dirumuskan, tim pengabdian menyusun perancangan program yang mencakup pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Untuk mendukung kelancaran pelaksanaan, tim menyiapkan materi pelatihan dalam bentuk modul, menyusun timeline kegiatan, serta merancang metode pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik peserta.

Pengorganisasian sumber daya dilakukan dengan menyiapkan seluruh kebutuhan yang diperlukan selama kegiatan. Persiapan mencakup penyediaan bahan dan peralatan pengolahan *sinom*, sarana pengemasan modern, panduan pencatatan usaha sederhana bagi peternak, serta media pembelajaran berbasis digital untuk pelatihan pemasaran. Selain itu, tim juga menyiapkan

fasilitas pendukung seperti LCD, alat dokumentasi, serta perangkat administrasi untuk memastikan kegiatan berjalan teratur. Setelah semua hal terpenuhi, dilakukan sosialisasi program kepada masyarakat melalui pertemuan desa dan komunikasi langsung dengan kelompok pelaku usaha. Sosialisasi ini bertujuan memberikan pemahaman awal kepada peserta mengenai manfaat kegiatan serta mendorong keterlibatan aktif mereka sejak awal. Dengan perencanaan dan persiapan yang matang, tahap ini menjadi fondasi penting dalam menjamin efektivitas dan keberlanjutan program pengabdian.

Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Tunggak Cerme. Pada tahap ini, kegiatan difokuskan pada tiga bidang utama, yaitu inovasi produk sinom, penguatan manajemen usaha peternakan ayam horn, serta pelatihan pemasaran digital. Kegiatan diawali dengan sesi pelatihan produksi sinom, di mana peserta diperkenalkan pada teknik pengolahan yang lebih higienis, variasi rasa, dan penggunaan kemasan botol modern. Peserta diberikan kesempatan untuk praktik langsung, mulai dari proses perebusan bahan hingga tahap pengemasan dengan label merek desa. Melalui praktik tersebut, masyarakat tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menerapkan keterampilan baru dalam pengolahan produk tradisional yang lebih menarik bagi pasar.

Selanjutnya, pendampingan diberikan kepada kelompok peternak ayam horn. Fokus utama kegiatan ini adalah memperbaiki manajemen usaha melalui pencatatan produksi, pengelolaan keuangan sederhana, serta strategi penetapan harga yang lebih stabil. Peternak juga diarahkan untuk membentuk kelompok distribusi agar tidak bergantung pada tengkulak dan memiliki posisi tawar yang lebih kuat di pasar. Setelah itu, dilaksanakan pelatihan pemasaran digital dengan melibatkan generasi muda desa. Peserta diajarkan membuat akun bisnis di media sosial, mengunggah konten promosi sederhana, dan memanfaatkan marketplace sebagai saluran penjualan. Kegiatan ini berlangsung secara interaktif melalui simulasi, diskusi kelompok, serta pendampingan langsung, sehingga peserta dapat memahami sekaligus mempraktikkan strategi pemasaran modern yang relevan dengan kebutuhan usaha mereka.

Tahap Evaluasi

Tahap Evaluasi merupakan bagian penting dalam kegiatan pengabdian untuk menilai sejauh mana tujuan program dapat tercapai. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan refleksi bersama peserta setelah kegiatan berakhir. Pada evaluasi pengolahan sinom, terlihat adanya peningkatan keterampilan masyarakat dalam menjaga kebersihan produksi serta kemampuan membuat variasi rasa yang lebih menarik. Produk yang dihasilkan dengan kemasan botol modern mendapat tanggapan positif dari konsumen lokal dan dinilai lebih layak dipasarkan secara luas dibandingkan produk sebelumnya.

Evaluasi terhadap kelompok peternak ayam horn menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mulai menerapkan pencatatan usaha secara sederhana serta menunjukkan inisiatif untuk membangun kerja sama dalam distribusi. Hal ini menandakan adanya perubahan pola pikir dari usaha individual menuju usaha kolektif yang lebih terstruktur. Sementara itu, evaluasi pada pelatihan pemasaran digital memperlihatkan antusiasme tinggi dari peserta, khususnya kalangan pemuda desa. Sebagian dari mereka bahkan langsung mencoba memasarkan produk melalui media sosial dan berhasil menjangkau konsumen baru. Kendati demikian, tantangan masih ditemukan pada konsistensi menjaga kualitas produk dan keterbatasan permodalan. Oleh karena itu, tindak lanjut berupa pendampingan lanjutan serta dukungan akses permodalan diperlukan agar usaha masyarakat dapat berkembang secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Tunggak Cerme menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan berbasis komunitas dapat menjadi strategi efektif dalam mendorong kemandirian ekonomi desa. Melalui pelatihan dan pendampingan, masyarakat mampu meningkatkan keterampilan dalam mengolah sinom dengan kualitas yang lebih higienis dan kemasan modern, memperbaiki manajemen usaha peternakan ayam horn, serta memanfaatkan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Program ini tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran kolektif mengenai pentingnya inovasi dan kolaborasi dalam mengelola potensi lokal secara berkelanjutan.

SARAN

Penelitian lebih lanjut perlu diarahkan pada pendampingan berkelanjutan yang berfokus pada konsistensi kualitas produk, strategi pengembangan jaringan distribusi yang lebih luas, serta penyediaan akses permodalan bagi masyarakat. Selain itu, evaluasi jangka panjang perlu dilakukan untuk mengukur sejauh mana program inovasi produk tradisional dan pemasaran digital mampu memberikan dampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak institusi dan mitra yang telah memberikan dukungan finansial serta fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat Desa Tunggak Cerme.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, I. N., & Shohib, M. (2024). Pemberdayaan kelompok ibu sosialita melalui pelatihan keterampilan kewirausahaan berbasis potensi lokal. *Community: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(02), 55–64.
- Basiroen, V. J., Judijanto, L., Monalisa, M., Apriyanto, A., Simanullang, R. H., Sa'dianoor, S., & Tambunan, D. M. (2025). *Pengantar Penelitian Mixed Methods*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Era Digital Abad 21: Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Era Digital Di Abad Ke-21. *Tali Jagad Journal*, 1(1), 14–18.
- Fitria, H., Kristiawan, M., & Rahmat, N. (2019). Upaya meningkatkan kompetensi guru melalui pelatihan penelitian tindakan kelas. *Abdimas Unwahas*, 4(1).
- Hasibuan, R. P. A., Harahap, A. R., & Rizka Ar Rahmah, M. E. (2025). *Pengembangan UMKM Berbasis Budaya Sebagai Pondasi Ekonomi*. PT Penerbit Qriset Indonesia.
- Kaseng, E. S. K. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal dalam Pengembangan UMKM: Community Empowerment Based on Local Potential in UMKM Development. *Journal of Marginal Social Research*, 2(1), 1–8.
- Lutfiyani, I. Q., Hastadi, A. Y., Wahyuningsih, F., Wahyuni, A. T., Fauzi, G. F., Nurfaizah, A., Mustofa, M., Rohimah, T., & Yanuar, R. (2022). Pengembangan umkm melalui optimalisasi branding dan penggunaan media digital di desa sindangbarang, kabupaten cilacap. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 4(1), 70–84.
- Saifulloh, A., & Safi'i, I. (2017). Evaluasi pembelajaran mata pelajaran pendidikan agama islam di sekolah menengah pertama. *Jurnal Educant*, 1(1), 61–73.
- Sundari, N., & Mahendra, D. (2025). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Produk Lokal. *Jaringan: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 9–16.
- Sutanto, A. (2022). *Strategi Mengembangkan Agribisnis Dengan Canvas Model* (Vol. 1). UMMPress.
- Syahbudi, M., & Ma, S. E. I. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group.
- Yuliani, A. T. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesiapan berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(2).