



Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

4%



Overall Similarity

Date: Apr 26, 2023

Matches: 93 / 2212 words

Sources: 9

Remarks: Low similarity detected, check with your supervisor if changes are required.

Verify Report:

Scan this QR Code



Copyright © 2020 pada penulis Madaniya, Vol. 1, No. 4, November 2020

<https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/31156> Pemanfaatan Media

Pemasaran Online dan Diversifikasi Produk Untuk Keberlangsungan Usaha Telur Asin I

Dewa Made Cipta Santosa 1, Ni Luh Putu Norma Dewi Abdi Pradnyani 2, Putu Adi

Suprpto 3, Ni Luh Ayu Kartika Yuniastari Sarja 4 1, 2, 3, 4 Politeknik Negeri Bali 1

dw_cipta@yahoo.com, 2 normadewi27@pnb.ac.id, 3 putuadisuprpto@gmail.com, 4

yuniastari@pnb.ac.id Abstrak Telur merupakan salah satu makanan yang sangat digemari

masyarakat untuk dikonsumsi. Telur dapat diolah dengan berbagai cara, salah satunya

adalah dengan mengawetkan dan mengasinkan telur tersebut yang disebut dengan telur

asin. Mitra dalam kegiatan ini adalah Sari Asin. Sari Asin merupakan usaha yang

menghasilkan produk telur asin yang berdiri pada tahun 2015. Sari Asin terletak di Jalan

Rajawali Subamia Kelong Tabanan. Pada saat ini ditengah pandemi COVID-19, terdapat

beberapa kendala berupa keterbatasan alat bantu produksi, variasi produk, kemasan dan

labeling produk, serta keterbatasan dalam hal pemasaran. Berdasarkan permasalahan

yang dihadapi dan untuk tetap menjaga keberlangsungan usaha telur asin, maka akan

dilakukan kegiatan bertahap mulai manajemen produksi dan pemasaran. Kegiatan dimulai

dengan sosialisasi, pendampingan diversifikasi produk, pemberian peralatan sebagai alat

bantu produksi seperti kompor dan oven, pelatihan pengemasan dan desain label

kemasan, pelatihan manajemen pemasaran seperti pelatihan media sosial. Indikator

capaian adalah peningkatan jumlah produksi hingga 50%, penambahan 1 variasi jenis

produk mitra, kemasan produk menjadi lebih menarik dan 50% kemasan produk berisi

label kemasan dan expired date, peningkatan pasar produk sebanyak 50%. Berdasarkan

hasil evaluasi, target penambahan variasi produk, peningkatan jumlah produksi, pengisian

label kemasan produk dan peningkatan pasar produk tercapai. Kata Kunci: telur asin,

diversifikasi produk, media sosial

Pendahuluan Telur merupakan salah satu makanan yang sangat digemari masyarakat untuk

dikonsumsi. Telur dapat diolah dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan mengawetkan dan mengasinkan telur tersebut yang

disebut dengan telur asin. Jenis telur yang digunakan untuk membuat telur asin adalah

telur bebek. Telur bebek memiliki sifat mudah rusak, sama seperti telur unggas lainnya. Karena sifat mudah rusak maka telur bebek diolah dan diawetkan dengan cara pengasinan menjadi telur asin (Kriswanto & Wulansarie, 2018). Telur bebek merupakan salah satu sumber protein hewani yang cukup digemari oleh masyarakat (Rahkadima, et.al, 2019). Telur asin sendiri memiliki banyak manfaat diantaranya memiliki protein tinggi, membantu pertumbuhan sel baru, baik untuk kesehatan kulit, menjaga kesehatan tulang, meningkatkan daya tahan tubuh dan lainnya.

Madaniya ISSN 2721-4834 157 Telur asin dapat digunakan sebagai jajanan maupun akan protein hewani dalam menu sehari-hari (Novia, et.al, 2018). Telur asin merupakan salah satu produk yang diproduksi pada industri rumah tangga, usaha mikro kecil menengah maupun dalam skala perusahaan besar. Mitra dalam kegiatan ini adalah Sari Asin. Sari Asin merupakan usaha yang menghasilkan produk telur asin yang berdiri pada tahun 2015. Sari Asin terletak di Jalan Rajawali Subamia Kelong Tabanan. Saat ini jumlah karyawan pada Sari Asin adalah sebanyak 4 orang. Bahan baku yang digunakan oleh mitra adalah telur bebek yang didapatkan dari petani lokal dan pengepul lokal. Sedangkan untuk bahan pencampuran produk digunakan tanah liat, garam dan rempah-rempah. Penjualan dan pemasaran produksi telur asin dilakukan secara langsung di tempat usaha, menitipkan produk telur asin pada warung-warung dan pada para pedagang di pasar tradisional. Selain itu distribusi dilakukan oleh agen yang mengambil langsung di lokasi produksi. Produksi telur asin ini juga berdasarkan pesanan dari pelanggan. Kemasan produk telur asin menggunakan krat telur atau mika telur tanpa menggunakan label dan expired data, hanya menggunakan cap pada telur. Produk telur dapat dilihat pada Gambar 1. Gambar 1. Produk dalam krat Proses pembuatan telur asin yaitu dengan terlebih dahulu membersihkan telur bebek. Setelah itu buat adonan pengasinan telur dengan mencampurkan tanah liat, garam dan rempah-rempah. Proses selanjutnya rendam telur pada adonan pengasinan. Setelah cukup lama direndam, bersihkan kembali telur. Telur yang telah dibersihkan dapat direbus. Hasil rebusan telur ini merupakan produk akhir

telur asin. Jumlah produksi telur asin per hari rata-rata 500-700 butir. Bahan baku dan proses produksi telur asin dapat dilihat pada Gambar 2.

Vol. 1, No. 4, November 2020 ISSN 2721-4834 158 Gambar 2. Bahan Baku dan proses produksi telur asin Berdasarkan hasil analisa terhadap situasi eksisting dan masalah yang terdapat pada Sari Asin, diskusi dengan mitra serta disesuaikan dengan kompetensi tim, maka permasalahan prioritas yang akan ditangani dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut: 1. Peralatan yang digunakan masih terbatas, sehingga memerlukan waktu lama untuk memproduksi dalam skala besar. 2. Produk yang dihasilkan mitra hanya satu jenis yaitu telur asin sehingga kurangnya daya saing dan diversifikasi produk. 3. Di tengah pandemi COVID-19, dengan pemasaran produk yang masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan teknologi ataupun media online, terjadinya penurunan penjualan produk. 4. Kemasan produk hanya krat telur dan mika telur serta tidak berisi label kemasan ataupun expired date sehingga kurang menarik minat konsumen Metode Pelaksanaan Metode pelaksanaan dari kegiatan ini berupa pelatihan dan pendampingan. Dengan metode ini diharapkan dapat menjaga keberlangsungan usaha telur asin. Kegiatan pengabdian ini dimulai dari sosialisasi kegiatan, diversifikasi produk, peningkatan produksi, pengemasan yang menarik, peningkatan manajemen pemasaran, serta evaluasi kegiatan. Masing-masing tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dijelaskan sebagai berikut: 1. Sosialisasi dilaksanakan dengan mengadakan pertemuan antara tim dan mitra. Sosialisasi dilakukan agar terjadi persamaan pemikiran dan persepsi mengenai kegiatan yang akan dilakukan, dalam hal ini tim menyampaikan secara detail tahapan kegiatan, target dan tujuan dari pengabdian masyarakat ini.

Madaniya ISSN 2721-4834 159 2. Pemberian alat produksi yang dapat mempercepat dan meningkatkan jumlah produksi yaitu kompor dan panci. Selain itu pemberian alat produksi berupa oven untuk membantu proses produksi telur asap yang merupakan kegiatan penambahan variasi produk mitra. 3. Pendampingan diversifikasi produk telur asin mitra.

Diversifikasi produk ini dilakukan dengan menambahkan satu jenis produk mitra yaitu telur asin asap. Telur asin asap ini sebagai variasi produk telur asin dengan produk yang tahan lebih lama. 4. Pemberian kemasan produk berupa kemasan karton dan besek yang telah berisi label produk dan informasi usaha. Selain itu pada label kemasan akan berisi informasi mengenai expired date. Untuk mewujudkan kemasan yang menarik, maka diadakan pelatihan labeling kemasan dengan memanfaatkan bantuan komputer dalam desain kemasan. 5. Pelatihan dan penyuluhan mengenai pentingnya manajemen pemasaran, khususnya pemasaran online. Prastuti (2014) dalam Arumsari, et.al (2020) menyatakan **1 adopsi pemasaran usaha secara digital atau online dapat menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan usaha.** Pelatihan ini memanfaatkan sosial media seperti facebook dan instagram untuk memasarkan produk. Hal ini diharapkan dapat memperluas pasar produk dan meningkatkan penjualan produk di tengah pandemic COVID-19 ini. 6. Evaluasi kegiatan pelatihan dilakukan setelah semua kegiatan dilakukan. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur efektivitas dari program pengabdian masyarakat ini. Selain itu evaluasi dilakukan untuk mengukur pencapaian dari target luaran tim pengusul Hasil dan Pembahasan 1. Sosialisasi Kegiatan Sosialisasi atau pengarahan **5 kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat** sudah dilaksanakan pada Tanggal 17 April 2020. Tim pengabdian menjelaskan secara langsung mengenai latar belakang kegiatan, masalah, solusi, target dan tujuan kegiatan. Selain itu dijelaskan mengenai jadwal kegiatan, pembagian tugas serta peran antara tim pengabdian dan mitra. 2. Penyerahan Alat Produksi Sesuai dengan kebutuhan mitra dalam hal diversifikasi produk baru yaitu telur asin asap maka diberikan bantuan berupa oven yang dapat digunakan untuk membuat telur asap tersebut. Untuk menunjang produksi telur asin dan telur uyah maka diberikan bantuan alat berupa kompor dan panci kapasitas besar sehingga dapat digunakan untuk merebus telur asin dalam jumlah banyak sekitar 300 buah. Selain itu untuk mendukung program pemerintah mengurangi sampah plastik, maka di buat desain kemasan ramah lingkungan berupa kemasan menggunakan besek. Bantuan kemasan produk ini agar menambah nilai jual dari produk telur asin, telur uyah

maupun telur asap. Penyerahan alat bantu produksi dan kemasan dilakukan pada lokasi mitra pada tanggal 28 April 2020. Dokumentasi kegiatan penyerahan [9 alat produksi](#) dapat dilihat pada [Gambar 3](#).

Vol. 1, No. 4, November 2020 ISSN 2721-4834 160 [Gambar 3. Penyerahan alat produksi Kegiatan \[3 penyerahan barang diikuti dengan instalasi peralatan yang diberikan beserta cara menggunakannya\]\(#\)](#). Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan sebagai penunjang keberlangsungan operasional usaha. 3. Pendampingan Diversifikasi Produk Pada pandemi COVID-19, UMKM dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif sehingga dapat meningkatkan penjualan atau membuat penjualan menjadi stabil. Kinerja pemasaran melalui inovasi dan promosi produk dapat meningkatkan pertumbuhan UKM (Arumsari & Marka, 2018). Salah satu cara adalah membuat diversifikasi produk baru. Pendampingan diversifikasi produk telur asin yaitu membuat produk baru berupa telur asap. Dengan adanya bantuan alat berupa oven, mitra dalam memproduksi satu jenis produk baru yaitu telur asin asap. Tim memberikan masukan terhadap ide produk baru mitra ini. Hasil dari produksi telur asin asap mitra dapat dilihat pada [Gambar 4](#). [Gambar 4. Telur asin asap](#)

Madaniya ISSN 2721-4834 161 4. Pembuatan Labeling dan Pelatihan Pengemasan Produk Untuk membuat produk lebih menarik dan meningkatkan nilai jual, diperlukan label kemasan yang didesain untuk produk telur asin. Selain itu untuk memperluas pemasaran, labeling kemasan digunakan agar produk dapat dijual di supermarket maupun pameran. Label produk yang didesain akan memuat informasi detail mengenai usaha beserta bulan produksi dan bulan kadaluarsa. Desain label telur asin dapat dilihat pada [Gambar 5](#). [Gambar 5. Desain label kemasan](#) Selain itu di pula kemasan dari bahan bambu dan tas karton dibuat agar ramah lingkungan dan mengurangi sampah plastik. Dokumentasi pelatihan labeling kemasan dapat dilihat pada [Gambar 6](#). Produk telur asin yang telah dikemas dapat dilihat pada [Gambar 7](#). [Gambar 6. Pelatihan pengemasan produk telur asin](#)

Vol. 1, No. 4, November 2020 ISSN 2721-4834 162 Gambar 7. Produk telur asin yang telah dikemas 5. Pembuatan dan Pelatihan Sosial Media Pemasaran merupakan aspek penting dalam pengelolaan usaha untuk membantu meningkatkan penjualan. Penggunaan teknologi informasi merupakan suatu hal yang perlu dipelajari oleh para pelaku UMKM (Wibowo, et.al, 2020). Selain itu untuk meningkatkan daya saing produk, banyak UMKM memanfaatkan bantuan teknologi informasi dalam memasarkan produk sehingga produk lebih dikenal di masyarakat dan pemasaran lebih luas. Dengan adanya pemasaran produk secara online, diharapkan meningkatkan pesanan produk dari konsumen. Pada kegiatan ini, tim dan mitra menggunakan media sosial untuk memasarkan produk. Media sosial yang digunakan adalah facebook dan Instagram. Mitra sudah cukup familiar dengan penggunaan teknologi informasi sehingga dapat dengan mudah memahami materi dalam pelatihan media sosial ini. Dokumentasi pelatihan dapat dilihat pada Gambar 8. Sedangkan **6 media promosi online yaitu** instagram mitra dan facebook mitra dapat dilihat pada Gambar 9. Gambar 8. Pelatihan media pemasaran online

Madaniya ISSN 2721-4834 163 Gambar 9. Facebook dan Instagram Mitra **6. 7**
Monitoring dan Evaluasi Kegiatan Monitoring dan Evaluasi Kegiatan dilaksanakan dua kali yaitu pada saat pertengahan kegiatan dan akhir kegiatan. Monitoring dan evaluasi tahap awal dilakukan pada tanggal 19 Mei 2020 untuk mengetahui kesesuaian kegiatan dengan rencana yang telah ditetapkan. Monitoring dan evaluasi awal ini dilakukan dengan wawancara kepada mitra untuk mengetahui keberhasilan kegiatan diversifikasi produk dan dampak adanya penambahan peralatan produksi. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, kegiatan diversifikasi produk telah menghasilkan jenis produk baru yang diproduksi mitra yaitu telur asin asap. Hal ini menambah varian produk yang dijual oleh mitra. Selain itu dampak yang dirasakan setelah adanya peningkatan peralatan produksi adalah menjadi lebih cepat. Pada awalnya merebus telur dilakukan berkali-kali dengan kapasitas panci yang kecil, sedangkan saat ini proses perebusan telur asin hanya

dilakukan satu kali. Monitoring dan evaluasi kedua dilakukan pada akhir kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 25 Juni 2020. Pada kegiatan ini dilakukan pengukuran terhadap indikator capaian yang telah direncanakan. Hasil dari pengukuran dan pencapaian luaran kegiatan yaitu target penambahan variasi produk tercapai yaitu terciptanya 1 jenis produk baru. Peningkatan jumlah produksi tercapai yaitu sebanyak 50%. Pengisian label kemasan produk tercapai yaitu 80% produk telur asin telah berisi label. Dengan bantuan media sosial facebook dan Instagram banyak pemesanan secara online sehingga target peningkatan pasar produk 50% tercapai Kesimpulan Kegiatan **6** yang telah dilakukan oleh tim pengabdian bersama-sama dengan mitra antara lain kegiatan sosialisasi, pendampingan diversifikasi produk baru, pemberian bantuan alat-alat produksi untuk, pembuatan labeling kemasan dan pelatihan pengemasan produk, serta pelatihan penggunaan media pemasaran online. Berdasarkan hasil evaluasi, target penambahan variasi produk tercapai yaitu terciptanya 1 jenis produk baru. Peningkatan jumlah produksi tercapai yaitu sebanyak 50%. Pengisian label kemasan produk tercapai yaitu 80% produk telur asin telah berisi label. Dengan bantuan media sosial facebook dan instagram banyak pemesanan secara online sehingga target peningkatan pasar produk 50% tercapai.

8 Vol. 1, No. 4, November 2020 ISSN 2721-4834 164 Ucapan Terimakasih Terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia dan Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk mendapatkan bantuan pendanaan **5** kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Terima kasih pula pada mitra kegiatan yaitu Sari Asin atas kerja samanya dalam kegiatan ini. Referensi Arumsari, N. R., Lusianti, D., Wisuda, N. L. (2020). **2** Peningkatan Nilai Produk Telur Asap Lurik Pada Bumdes Prasaja Desa Batusari Kecamatan Batangan Kabupaten Pati. Jurnal SEMAR, 9(1), 1 – 6. Arumsari, N. R., Marka, M. M. (2018). Strategy Competitive Advantages through Marketing. KINERJA, 22(2), 168-185. Kriswanto, K.,

Wulansarie, R. (2018). IbM Usaha Ternak Bebek Petelur Dan Produsen Telur Asin Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. *ABDIMAS*, 22(1), 19-26.

Novia, D., Juliyarsi, I., Melia, S. (2018). Perbaikan Mutu Dan Produksi Telur Asin Pada Kelompok Usaha Telur Asin Di Sicincin, Kabupaten Padang Pariaman, *Logista*, 2(1), 1-14.

Rahkadima, Y. T., Fitri, M. A., Wulandari, R. S. (2019). 4 [Penggunaan Pemasaran Online Pada UMKM Telur Asin Di Desa Kebonsari Kabupaten Sidoarjo](#). Prosiding [Seminar Nasional Teknologi dan Sains \(SNasTekS\)](#) 2019, 391-396.

Wibowo, H., Marni, Z., Suryaningrum, R. A., Agustami, S. S., Pamungkas, G. A. W., Sa'bani, N. K. (2020). Edukasi Pemasaran Daring untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Guesin Pacs Desa Cibodas Jawa Barat. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 59-66.

Sources

1	https://jurnal.uns.ac.id/jurnal-semar/article/download/20862/16214 INTERNET 1%
2	https://jurnal.uns.ac.id/jurnal-semar/article/download/37854/27371 INTERNET 1%
3	https://media.neliti.com/media/publications/155892-ID-ibm-loloh-daun-cemcem.pdf INTERNET <1%
4	https://core.ac.uk/download/pdf/327191209.pdf INTERNET <1%
5	https://id.123dok.com/article/luaran-solusi-target-luaran-proposal-kegiatan-pengabdian-masyarakat.yev42mje INTERNET <1%
6	https://masagena.id/blog/media-pemasaran-online/ INTERNET <1%
7	https://mamikos.com/info/contoh-laporan-monitoring-dan-evaluasi-gnr/ INTERNET <1%
8	https://abdidas.org/index.php/abdidas/article/download/48/45 INTERNET <1%
9	https://journal.trunojoyo.ac.id/pangabdhi/article/download/7585/4952 INTERNET <1%

EXCLUDE CUSTOM MATCHES ON

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF