



**BRANDING DAN PEMASARAN OLINE PADA USAHA TELUR ASIN DI DESA
DONOHARJO, KECAMATAN NGANGLIK, KABUPATEN SLEMAN, DI
YOGYAKARTA**

**Aulia Hapsari Juwita¹, Selfia Bintariningtyas², An Nurrahmawati^{3*}, Dian
Perwitasari⁴, Miftachul Ma' Arif⁵**

^{1,2,3,4,5}Universitas Sebelas Maret
annurrahmawati.ann@gmail.com*

Article History:

Received: 22-08-2023

Revised: 31-08-2023

Accepted: 04-09-2023

Keywords: Telur Asin,
Yogyakarta,
Produktivitas, Ekonomi,
Swasembada Pangan

Abstract: Telur asin adalah olahan telur bebek yang diasinkan. Makanan telur yang memiliki kandungan nutrisi dibandingkan telur ayam. Telur asin banyak digemari oleh masyarakat sebagai salah satu penambah lauk untuk makan. Usaha telur asin dapat dijadikan sebagai salah satu cara untuk memperoleh pendapatan tambahan. Usaha ini berawal dari keterbatasan masyarakat dalam berkegiatan pada saat awal pandemi Covid 19. Inisiatif menjual produk telur asin tersebut di prakarsai oleh ketua RT setempat dan bersifat home industry. Selama 2 tahun ini cara penjualan mitra dengan sistem preorder atau akan disiapkan jika ada permintaan konsumen. Usaha ini terbilang kurang berkembang karena belum memiliki brand dan hanya dipasarkan dilingkungan sekitar sedangkan usaha ini memiliki potensi lebih. Selain itu, Mitra mengaku belum mengetahui bagaimana cara memasarkan produk telur asinnya ini melalui media sosial. Oleh sebab itu, pengabdian ini bertujuan memberikan sosialisasi branding dan pemasaran online usaha telur asin di Desa donoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, DI Yogyakarta sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan produk di kemudian hari.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Telur unggas merupakan sumber protein hewani yang banyak dijadikan sebagai bahan pangan. Setiani (2016) telur unggas memiliki peranan penting sebagai sumber antibodi yang dapat digunakan sebagai alternatif pabrik biologis untuk produksi antibodi konvensional. Telur menjadi sumber protein hewani yang berkualitas tinggi, murah, dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Telur unggas ada berbagai macam jenis sedangkan telur yang paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah telur bebek dan telur ayam baik itu ayam kampung atau ayam negeri. Telur bebek memiliki kandungan nutrisi yang tinggi dibandingkan dengan telur ayam kampung dan telur ayam negeri. Setiani (2016) Telur bebek memiliki produktivitas isolasi Imunoglobulin Y (IgY) sebesar (0.242 mg/g) dibandingkan telur ayam kampung (0.103 mg/g) dan telur ayam negeri (0.037 mg/g) dimana produktivitas bisa disebabkan kandungan nutrisi pada kuning telur.

Masyarakat mayoritas mengenal telur bebek sebagai telur asin. Telur asin merupakan olahan makanan telur yang diasinkan. Pengasinan telur pada telur bebek juga sebagai Salah satu usaha pengawetan untuk memperpanjang penyimpanan telur (Budiman dkk, 2012). Rukmiasih, dkk (2015) Proses pengasinannya sendiri didasarkan pada ionisasi

garam NaCl kemudian berdifusi ke dalam telur melalui pori-pori cangkang. Pengasinan ini bertujuan untuk mencegah telur cepat rusak dan busuk selain itu juga memberikan cita rasa khas dari telur (Khoirudin dll, 2021) dan menu lauk tambahan pada sajian makanan utama.

Proses pembuatan telur asin pada mitra ini masih bersifat tradisional yaitu dengan membalut adonan dengan batu bata merah yang telah ditumbuk halus dan diberi garam serta air setebal kurang lebih 1,5mm. Proses berikutnya yaitu dengan meletakkannya pada wadah sebagai langkah pemeraman sekitar 1 minggu. Adriana, dll (2019) menjelaskan jika proses pembuatan telur asin ini bisa mencapai 7 – 15 hari. Telur asin dapat dijadikan memenuhi kebutuhan gizi dan meningkatkan pendapatan masyarakat karena penjualan Telur asin matang merupakan peluang bisnis yang menjanjikan. Rania dkk (2021) pendapatan yang meningkat sebagai tujuan yang dapat memberikan pertumbuhan sekaligus kemampuan yang ada pada diri seorang wiraswasta keluarga dapat dijadikan pula sebagai lading pertambahan atau perluasan lapangan kerja. Penjualan produk tersebut juga tahan lama dan awet jika tidak terjual (Mirnasari dkk, 2021).

Usaha telur asin ini berada di Desa Donoharjo, Kecamatan Nganglik, Kabupaten Sleman, DI Yogyakarta. Masyarakat disana mayoritas bekerja sebagai petani dan peternak. Berada di pedesaan membuat masyarakat memiliki keinginan untuk memanfaatkan hasil panen dan ternaknya sebagai pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan menambah pendapatan. Pemanfaatan tersebut salah satunya adalah dengan menjalankan produk telur asin. Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra, usaha ini berawal dari keterbatasan masyarakat dalam berkegiatan pada saat awal pandemi Covid 19. Inisiatif menjual produk telur asin tersebut di prakarsai oleh ketua RT setempat dan bersifat *home industry*. Selama 2 tahun ini cara penjualan mitra dengan sistem *preorder* atau akan disiapkan jika ada permintaan konsumen. Saat ini jumlah pesanan yang terjual sekitar 80-100 telur dalam setiap bulannya kecuali pada saat musim liburan atau lebaran. Pada saat lebaran pesanan telur asin bisa mencapai lebih dari 200 butir telur.

Pengelolaan produknya masih terbelang tradisional yaitu dengan menghaluskan batu bata merah, garam dan air secukupnya kemudian telur-telur bebek dibungkus dengan batu bata merah yang halus dan sudah tercampur oleh garam dan air tadi. Sementara itu telur-telur bebek yang sudah terbungkus dibiarkan beberapa hari agar terasa asin baru setelah itu direbus. Pengerjaan produksi telur bebek ini masih menggunakan sumber daya sendiri. Berikut gambaran proses pembuatan telur asin pada gambar 1.



Gambar 1. Proses Pembuatan Telur Asin dengan Batu Bata Merah

Perbedaan telur asin mitra dengan yang lainnya adalah pasca selesai dibungkus dengan batubata merah, telur asin tersebut dibersihkan kemudian *disteam* atau uap hingga matang.



Gambar 2. Pematangan Telur Bebek dengan Teknik Steam

Menurut produsen proses pematangan melalui uap akan menghasilkan penampilan yang lebih cantik dan rasa yang lebih gurih. Bahkan kuning telur dari telur bebek akan terasa lebih masir dimana hal tersebut menjadi ciri khas dari telur asin.

Setelah matang kemudian dikemas. Pengemasan telur asin masih terhitung sederhana. Hanya menggunakan telur asin serta belum ada *branding* pada telur asin tersebut. Gambaran kemasan telur asin ada pada gambar 3.



Gambar 3. Kemasan Telur Asin

Cara pengemasan telur asin mitra ini ada dua, jika pembelian kurang dari 10 biji maka akan dikemas dengan menggunakan mika telur tetapi jika pembelian lebih dari 10 biji akan dikemas dengan kardus. Ukuran kardus itupun juga bermacam – macam tergantung dengan jumlah yang dipesan.

Pangsa pasar telur asin ini masih hanya sekitaran desa. Untuk saat ini, teknis penjualan masih dititipkan ke para pedagang di pasar. Hanya saja telur – telur tersebut belum memiliki *branding*. Sehingga masih rentan untuk dijual lagi oleh pedagang lain dengan harga yang lebih tinggi. Dengan adanya *branding* maka pemilik telur asin ini akan mengetahui sebaran penjualan telur asinnya. Oleh karena itu, *branding* sangat penting untuk diberikan pada usaha telur asin ini. Terlebih lagi, usaha ini memiliki potensi yang tinggi.

Selain itu, untuk menarik perhatian penjualan dan cara pemasaran produsen harus memasarkan melalui sosial media mengingat saat ini teknologi menjadi salah satu sarana dalam melakukan pemasaran produk. Mitra mengaku belum mengetahui bagaimana cara memasarkan produk telur asinnya dengan cara yang menarik. Oleh sebab itu, pengabdian ini bertujuan memberikan sosialisasi *branding* dan pemasaran *online* usaha telur asin di

Desa Donoharjo, kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan produk di kemudian hari.

Solusi yang diberikan adalah

1. Memberikan sosialisasi *branding*

Pada sosialisasi ini mitra akan diberikan penjelasan tentang pentingnya suatu *branding* untuk barang produksi. Tim pengabdian akan membuat logo *branding* yang nantinya dapat dijadikan sebagai ciri khas telur asin mitra.

2. Memberikan sosialisai pemasaran online telur asin

Tim pengabdian memberikan cara memasarkan produk dengan sosial media dan membantu untuk mendesain foto-foto telur asin. Tujuan dari desain produk adalah agar dapat menarik perhatian konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan yang akan dilakukan oleh tim pengabdian adalah

1. Pertama, tim pengabdi melakukan kunjungan ke rumah produksi telur asin di Desa Donoharjo, Kec, Ngaglik untuk bertemu pemilik dan melakukan diskusi serta kesepakatan mitra.
2. Kedua, Tim Pengabdian melakukan sosialisasi tentang branding dan pemasaran *online* dengan sosial medianya.
3. Ketiga, mendampingi pelaku usaha dalam pembuatan brand telur asin dan akun sosial media sebagai sarana penunjang perluasan pangsa pasar untuk memudahkan mempromosikan produksinya.
4. Keempat, menjelaskan bagaimana cara mengelola akun sosial media dengan baik.
5. Kelima, evaluasi untuk mengetahui perkembangan penjualan produksi telur asin.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

NO	KEGIATAN	BULAN KE-											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan, survei lapangan, koordinasi dengan pihak mitra												
2	sosialisasi manfaat <i>branding</i>												
3	Sosialisasi sosial media sebagai sarana pemasaran <i>online</i>												
4	Evaluasi perkembangan produksi telur asin												

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi awal atas solusi *branding* yang diusulkan oleh pengabdi telah dilaksanakan pada hari Rabu, 3 Agustus 2022.



Gambar 4. Kegiatan Sosialisasi *Branding* Dasar

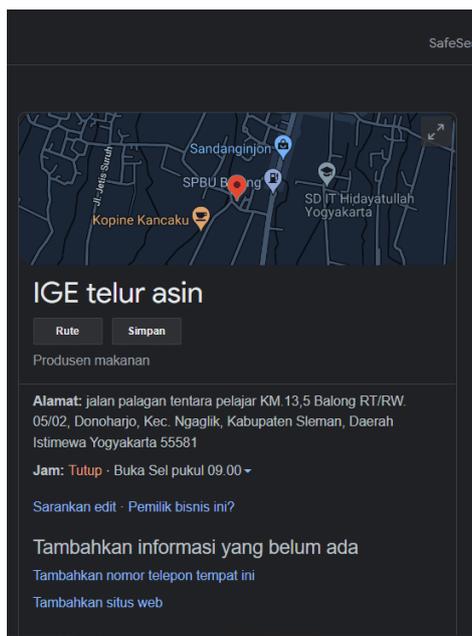
Branding merupakan tanda yang digunakan oleh pengusaha sebagai tanda pengenal untuk produksinya. Banyak produsen menggunakan *branding* – *branding* ini untuk mendapatkan perhatian konsumen. Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilakukan, telur asin mitra memutuskan untuk membuat nama *branding* ini menjadi “IGE Telur Asin”. *Branding* tersebut berasal dari nama anggota keluarga yang ada di rumah. Nama *branding* tersebut bagi mitra adalah sebagai bentuk dari dukungan keluarga sehingga produksi telur asin ini terus berjalan dan membawa perubahan bagi keluarga mereka karena sejarah awal dimulainya usaha tersebut adalah pada saat Pandemi Covid 19. Berikut *branding* baru mitra telur asin.



Gambar 5. *Branding* “IGE Telur Asin”

Tim pengabdian membuat email sebagai langkah pertama untuk memasarkan produk melalui sosial media. Email tersebut terdaftar di google sebagai email bisnis. Email bisnis untuk mitra adalah indahmanfaati62@gmail.com.

Selain itu, IGE telur asin dapat dicari di google juga. Pada saat melakukan penelusuran IGE telur asin di google maka akan muncul tampilan sebagai berikut;



Gambar 6. Tampilan IGE Telur Asin di Google

KESIMPULAN DAN SARAN

Pembuatan telur asin merupakan salah satu sumber perekonomian yang dapat dipertimbangkan karena potensinya, terutama di daerah Ngaglik DI Yogyakarta. Pengabdian berupaya untuk menambah nilai produktifitas ekonomi dari mitra melalui sosialisasi branding dan pemasaran. Hal ini diharapkan dapat menambah nilai ekonomi penjualan telur asin mitra. Rencana lanjutan pengabdian setelah berhasil melakukan sosialisasi branding dasar diantaranya:

1. Mendampingi mitra untuk membuat sosial media dan cara mengelola akun sosial media dengan baik. Pendampingan tidak hanya berfokus pada bagaimana cara menjalankan sosial media tetapi juga bagaimana menampilkan foto-foto yang akan diunggah di sosial media agar menarik perhatian konsumen.
2. Evaluasi untuk mengetahui perkembangan penjualan produksi telur asin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami haturkan kepada mitra pembuat telur asin daerah Desa Donoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, DI Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM UNS) Edisi VII tahun 2020.
- [2] Pratika, Y., & Praharjo, A. (2021). Pendampingan Inovasi Produk Olahan Telur Asin di Desa Pendem Kecamatan Junrejo Kota Batu. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1).
- [3] Santosa, I. D. M. C., Abdi, N. L. P. N. D., Suprpto, P. A., & Sarja, N. L. A. K. Y. (2020). Pemanfaatan Media Pemasaran Online dan Diversifikasi Produk Untuk Keberlangsungan Usaha Telur Asin. *Madaniya*, 1(4), 156-164.
- [4] Budiman, A., Hintono, A., & Kusrahayu, K. (2012). Pengaruh lama penyangraian telur asin setelah perebusan terhadap kadar NaCl, tingkat keasinan dan tingkat kekenyalan. *Animal Agriculture Journal*, 1(2), 219-227.

-
- [5] Rahkadima, Y. T., Fitri, M. A., & Wulandari, R. S. (2019). Penggunaan Pemasaran Online Pada UMKM Telur Asin Di Desa Kebonsari Kabupaten Sidoarjo. *e-Prosiding SNasTekS*, 1(1), 391-396.
- [6] Rania, A. Z., Ahyani, K. S., & Utami, E. P. (2021). Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) dan Promosi UMKM pada Kampung Setu Desa Bojonggede melalui Pembuatan Telur Asin. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*, 1(26).
- [7] Fakhriyyah, D. D., Sari, A. F. K., Damayanti, L. A., & Susilawati, M. (2021). Perluasan Pangsa Pasar Produk UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Pemanfaatan Marketplace. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(3), 180-187.
- [8] Khoirudin, K., Murtalim, M., Sukarman, S., Anwar, R. H., Rahman, M. A., & Rahdiana, N. (2021, November). Penerapan Lemari Asap untuk Meningkatkan Hasil Produksi Telur Asin pada Kelompok Usaha Telur Bebek. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).
- [9] Mirnasari, T., Yamin, Y., & Ma'arif, S. (2021). Umkm Olahan Telur Bebek Untuk Memenuhi Kebutuhan Gizi Dan Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desawonosari Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. In *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* (pp. 23-28).